

SVILUPPARE UN NETWORK DI RICARICA AD ALTA POTENZA SEMPRE PIÙ CAPILLARE MA NON SOLO. È QUESTO L'OBBIETTIVO CON CUI EWIVA HA INTRAPRESO UN PERCORSO DI ESPANSIONE ATTENTO ALLA QUALITÀ DEL SERVIZIO E ALLA SELEZIONE DELLE LOCATION, PUNTANDO PRINCIPALMENTE SU CENTRI COMMERCIALI, SEGMENTO HORECA, AUTOSTRADE E COLLABORANDO A STRETTO CONTATTO CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE PER COPRIRE I LOTTI PIÙ APPETIBILI NEI CENTRI URBANI. RESTA DI CRUCIALE IMPORTANZA LA CUSTOMER EXPERIENCE, CON INVESTIMENTI DEDICATI A INNOVAZIONI TECNOLOGICHE VOLTI A SEMPLIFICARE IL RIFORNIMENTO ENERGETICO. IL CEO DANIELA BISCARINI ANTICIPA QUALE SARÀ LA STRATEGIA DEL CPO PER AFFRONTARE LE SFIDE NECESSARIE ALLO SVILUPPO DELLA TRANSIZIONE



# Servizi, cultura, customer experience: l'e-mobility secondo Ewiva

Il 2025 sarà un anno cruciale per la transizione elettrica, tra le scadenze previste dal PNRR per la messa a terra delle infrastrutture e un mercato automotive che, soprattutto in Italia, è chiamato a implementare strumenti efficaci per favorire le immatricolazioni di auto elettriche. In questo scenario in rapida evoluzione e altamente competitivo, Ewiva - Cpo nato dalla Joint Venture tra Enel X e il Gruppo Volkswagen - continua a giocare un ruolo da protagonista, non solo per la quantità di punti di ricarica già attivi sul territorio ma anche e soprattutto per la qualità del servizio offerto: «A oggi Ewiva ha raggiunto quota 400 siti realizzati che equivalgono a 1.400 punti di ricarica ultrafast» spiega Daniela Biscarini, che da luglio dello scorso anno ricopre il ruolo di Ceo. «Abbiamo una diffusione su tutto il territorio, al momento concentrata per il 50% nel Nord Italia e il resto tra Centro, Sud e Isole. Questo perché lo sviluppo della rete sta seguendo a livello geografico la diffusione delle auto elettriche nel nostro Paese, che oggi al Nord

sta progredendo più rapidamente. Inoltre continueremo a lavorare, sempre in linea con quanto indicato a livello europeo, per rendere la ricarica dei veicoli elettrici una pratica ancora più semplice. Ewiva fin da subito ha investito per consentire i pagamenti tramite Pos, ha stipulato accordi con più di 100 Emisp per garantire la massima interoperabilità e supporta la tecnologia Plug & Charge per massimizzare l'accessibilità alla propria rete». Il Cpo ha dimostrato fin da subito un focus prioritario sulla customer experience, che si concretizza in una scelta oculata delle location per garantire qualità e quantità di servizi agli utenti in sosta, ma anche in una serie di investimenti per implementare, ad esempio, la tecnologia Plug & Charge presso le proprie stazioni e che in futuro potrebbe prevedere l'impiego di battery storage per portare la ricarica Hpc anche in location con bassa disponibilità energetica. Ma lo sviluppo del network non è l'unica priorità: Ewiva infatti sta investendo in operazioni concrete - come ad esempio il progetto "E-Mobility@School - Il viaggio elettrizzante inizia oggi" - per

sostenere e sviluppare la cultura dell'e-mobility nel nostro Paese.

**Quali sono i vostri obiettivi a breve e a lungo termine?**

«A lungo termine prevediamo il raggiungimento di 3mila punti di ricarica attivi sul territorio. Durante il 2025 proseguiremo questo percorso, sostenuti anche dai finanziamenti europei e dal supporto previsto dal PNRR che in parte ci hanno aiutato a spingere sulle infrastrutture con potenza oltre i 100 kW e quindi con una particolare attenzione per i corridoi indicati dal CEF (Connecting Europe Facility, ndr) o per i lotti indicati appunto dal PNRR. Non saranno ovviamente le uniche location su cui andremo a sviluppare l'infrastruttura ma, indubbiamente, grazie alle sovvenzioni, avranno un ruolo particolarmente strategico».

**È possibile stabilire dei target per l'anno in corso?**

«È una stima molto complessa. Al momento

## LA SCHEDA

**OBIETTIVI:** costruire una rete di oltre 3.000 punti di ricarica ultra-veloci, ad alta potenza (fino a 350 kW) distribuiti in tutta Italia

### TIPOLOGIA DI STAZIONI:

**Standalone:** 1 vettura, spazio da 50 mq

**Basic:** 4 vetture, spazio necessario da 120 mq

**Convenience:** 6 vetture, spazio necessario da 150 mq

**Premium** 12+ vetture, spazio necessario da 500 mq

### RIFERIMENTI

**Sito web:** [www.ewiva.com](http://www.ewiva.com)

**Sede:** via privata Grosio 10/4 Milano

**Contatto Mail:** [info@ewiva.com](mailto:info@ewiva.com)

### INTEROPERABILITÀ:

accordi con oltre 100 Emisp

questo settore viaggia a due velocità. Da una parte ci sono le tempistiche di costruzione dei siti e dall'altra quelle relative agli allacciamenti all'attivazione. È molto difficile fare delle stime realistiche considerando che i tempi di attivazione sono ancora molto lunghi e spesso incerti. Al momento ad esempio abbiamo in cantiere un certo numero di siti che non sono ancora stati attivati. Questo impone di affrontare il mercato con una certa flessibilità, che da una parte in negabilmente segue anche la curva del mercato automotive, ma dall'altra deve tener conto dei tempi necessari all'entrata in servizio di una location. Da questo punto di vista il 2025 sarà un anno cruciale, nel senso che molti degli incentivi previsti dal CEF e i tempi di scadenza previsti dal PNRR impongono le attivazioni entro la fine dell'anno per godere delle sovvenzioni. Ne consegue che Ewiva si sta impegnando per finalizzare lo sviluppo entro i tempi previsti ma poter comunicare dei numeri certi è davvero difficile, anche perché non dipende esclusivamente dalla nostra volontà».

**Oltretutto bisogna considerare che le colonnine Hpc una volta allacciate alla rete hanno dei costi fissi tutt'altro che trascurabili, che richiedono un certo volume di traffico...**

«Questa è una criticità che viene contemplata all'interno del business plan di un Cpo. Ovviamente la colonnina quando entra in funzione ha dei costi ordinari e straordinari di mantenimento, a cui si aggiungono diverse variabili imprevedute. Questi costi sono sostenibili e previsti nel business plan quando il Cpo può contare su un volume di traffico adeguato. Nel momento in cui questo non si verifica, alcuni siti più di altri hanno maggiori difficoltà nel ripagare i costi fissi previsti. Essendo sul mercato oramai da qualche anno, sappiamo bene che creare un'infrastruttura di ricarica significa spesso anticipare gli investimenti nell'attesa di uno sviluppo adeguato del mercato. Oggi la transizione elettrica si sta sviluppando con ritmi diversi da quanto previsto, ma è una variabile che abbiamo ben ponderato. È certo che la velocità con cui stiamo sviluppando l'infrastruttura risente di tutta una serie di variabili. Sviluppare in zone dove sappiamo che quasi certamente l'attivazione richiederà tempi piuttosto lunghi, dove magari non c'è ancora una sufficiente presenza di Bev e quindi dove il sito sarà sottoposto a un forte rischio di obsolescenza porta il Cpo a rivedere costantemente la propria roadmap».

**Oltre alle installazioni presso i siti sostenuti dal PNRR, quali sono le location che ritenete più strategiche per lo sviluppo della rete?**

«Siamo impegnati su diversi fronti, pur seguendo delle regole abbastanza ferree e stringenti in merito alla scelta delle location. Al momento stiamo lavorando con le Amministrazioni Pubbliche, con catene della Gd e della Gdo, oltre che con il segmento Horeca e Retail con particolare interesse nei confronti dei centri commerciali. Inoltre, siamo interessati alle aree di servizio, incluse quelle presenti sulla rete autostradale. Quindi valutiamo diverse opportunità ma con delle regole che prevedono sempre un minimo set di accesso a determinati servizi per gli utenti che effettuano la ricarica. Questo è fondamentale innanzitutto perché garantisce al cliente di non trovarsi in contesti isolati mentre effettua la ricarica, dall'altra garantisce al Cpo una maggiore pedonabilità dell'infrastruttura e un traffico di auto maggiore».

**Oggi chi sono i vostri principali interlocutori?**

«Nelle prime tre posizioni sicuramente troviamo outlet e centri commerciali con le grandi catene della Gd, perché possono contare su parcheggi di ampie metrature e la presenza di una colonnina è un plus a cui guardano con grande interesse perché la ricarica intercetta un momento di pausa molto comodo per effettuare il rifornimento. Al secondo posto le aree di servizio autostradali e al terzo la Pubblica Amministrazione, per la quale ci stiamo concentrando principalmente sulle location più appetibili».



*«Riguardo alle location, valutiamo diverse opportunità ma con regole che prevedono sempre un minimo set di accesso a determinati servizi. Questo è fondamentale perché garantisce al cliente di non trovarsi a ricaricare in contesti isolati»*

**I fondi PNRR sono stati sfruttati solo in piccola parte. Sarà possibile recuperare in parte i fondi non spesi?**

«Questo è uno dei temi su cui il mercato deve fare fronte comune. Ad esempio in Italia ci sono associazioni di categoria come Motus-E, di cui Ewiva fa parte, che si interfacciano con le istituzioni. Riteniamo che la mobilità elettrica sia una svolta epocale, un passaggio che coinvolge diversi settori e comparti industriali, quindi è sempre importante muoversi in maniera integrata e compatta. A oggi risulta effettivamente messo a terra solo il 12% degli incentivi, quindi una piccola parte. Sarebbe una grave perdita rinunciarvi. Stiamo confidando nel fatto che si stiano studiando delle soluzioni alternative, al momento però non ci sono informazioni certe a riguardo. Così come non ci sono informazioni riguardo a come il PNRR potrebbe essere ridisegnato per riuscire a mettere a terra quella massa critica di infrastrutture previste dalla disposizione».

**Quali sono a vostro parere le cause che hanno limitato le richieste?**

«Innanzitutto i bandi, in corso d'opera, sono stati più volte modificati per renderli più facilmente accessibili. La seconda e la terza wave inoltre erano troppo ravvicinate tra loro, tanto da rendere l'ultima quasi impraticabile, visto che non c'era il

tempo materiale per poter identificare una lista di obiettivi appetibili. Una delle difficoltà principali infatti è legata alla necessità di individuare i lotti più interessanti su cui investire, considerando, come dicevamo prima, che poi bisogna tenere conto di tempistiche di attivazione che esulano dalla responsabilità del Cpo. Alla luce di questo poter lavorare con tempi più dilatati aiuta sicuramente a sviluppare il proprio business con più consapevolezza. Altrimenti il rischio è quello di intraprendere un percorso di investimento confidando nel ritorno tramite un fondo che poi rischia di non andare in porto. Con un impatto economico molto rischioso per l'azienda».

**C'è quindi una discrepanza tra quello che prevede sulla carta la messa a terra degli incentivi e la realtà di quello che comporta, nella pratica, l'attivazione di una stazione...**

«Sicuramente bisogna avere una visione integrata cercando di non riversare sui Cpo tutti i rischi che la transizione comporta. Oggi siamo al centro di una serie di variabili del mercato. Queste riguardano in primis il consumatore finale, per cui ancora non si riscontra una continuità di interventi necessari a favorire il passaggio all'elettrico. Inoltre ci confrontiamo con la catena dei DSO che ha dei tempi di attivazione incerti e che, con l'accumularsi delle richieste relative ai bandi, si stanno allungando ulteriormente provocando incertezza sulle deadline per l'attivazione che lo stesso PNRR fornisce. C'è anche una tematica legata alla giacenza di prodotto nei magazzini per far fronte alle nuove

installazioni, che è a rischio obsolescenza nel momento in cui non si procede con le installazioni. Questo per riassumere come, oltre alla disponibilità delle risorse di un Cpo, ci siano tutta una serie di elementi che entrano in gioco e che, a nostro parere, andrebbero riconsiderati per garantire un'affluenza più massiccia ai bandi».

**Oltre a queste criticità si aggiunge, per l'Italia, il peso non trascurabile dei costi fissi che un Cpo deve sostenere per gli allacciamenti in media tensione e che incidono sensibilmente sulle tariffe all'utente finale...**

«Confermo. Anche perché poi, come ben sappiamo, la percezione dell'utente finale è quella di un costo ingiustificato rispetto a un PUN in discesa che, in teoria, dovrebbe rendere le tariffe più convenienti. La sensazione generale è quella che il Cpo stia riversando sul cliente i costi per l'installazione dell'infrastruttura, quando in realtà dobbiamo invece fare i conti con un sistema a livello nazionale che non è ancora pensato per favorire lo sviluppo dell'elettrico. Premesso questo, si tratta di un fronte su cui Ewiva non può certamente muoversi in autonomia ma deve farlo attraverso attività di advocacy che si concentrino sul rivedere le normative vigenti in relazione a questi costi fissi. Costi che potrebbero anche essere sostenibili dal Cpo con un volume di ricariche adeguato, ma che al momento, visto il parco elettrico circolante, non



EWIVA È STATO TRA I PRIMI CPO A PUNTARE SULLA TECNOLOGIA PLUG & CHARGE, CHE CONSENTE SE SUPPORTATA DAL VEICOLO DI RICARICARE SENZA UTILIZZARE APP O ALTRI SISTEMI DI PAGAMENTO

possono tutelare la crescita di questo mercato e che non consentono politiche di pricing più aggressive».

**In che direzione state lavorando per rendere l'esperienza di ricarica ancora più semplice e accessibile?**

«Ewiva opera a stretto contatto con gli Emsp, oltre a confrontarsi costantemente con il mercato alla ricerca di soluzioni che possano effettivamente segnare un'innovazione in questa direzione per garantire elementi di valore in termini di customer experience. Oggi è molto sentito quello che potremo definire il tema di education nei confronti del cliente, che spesso si trova spaesato nel comprendere innanzitutto il funzionamento e le caratteristiche della sua vettura ancor prima delle stazioni di ricarica. Quindi proprio nel capire gli standard di connettori che può adoperare e le velocità a cui il suo veicolo può ricaricare. In questo senso auspichiamo che il mercato continui a evolversi in direzione di standard univoci, anche in termini di linguaggio. Oggi il panorama dell'e-mobility presenta diverse complessità che vanno comprese e assimilate in termini di sigle e di standard. Serve una semplificazione generale per allargare la fascia di utenza. Non è un campo in cui possiamo operare da soli: è uno step che riguarda tutta la filiera coinvolta. A livello di experience dell'utente finale oggi forse la tecnologia che più di tutte è in grado di fare la differenza è il Plug & Charge, perché consente di sgravare il cliente da tutta una serie di interazioni con app e colonnina, ma purtroppo è ancora ristretto il numero di veicoli che lo supporta».

**Quale strategia state adottando invece relativamente alla scelta delle colonnine da utilizzare presso i vostri siti?**

«Tra le soluzioni più interessanti che attualmente stiamo valutando c'è l'impiego dello storage per

le stazioni ad alta potenza. Una tecnologia che consente di garantire una ricarica Hpc anche presso i siti che hanno più difficoltà nell'approvvigionamento di energia dalla rete, o dove non è possibile installare cabine di media tensione. È una tecnologia che stiamo valutando e che sicuramente in futuro utilizzeremo partendo magari con alcune sperimentazioni per poi valutarne un impiego più importante nel nostro piano di sviluppo. Al momento Ewiva non ha contratti di fornitura esclusiva e per i prossimi mesi abbiamo già previsto una gara per andare sul mercato e cercare nuove soluzioni sempre più in linea con le esigenze del mercato. Oggi tra i nostri fornitori più importanti c'è Alpitronic, ma ci confrontiamo quotidianamente con un'offerta in rapida evoluzione per valutare eventualmente l'affiancamento di altre tipologie di colonnina».

**In quest'ottica state già valutando l'eventuale sviluppo di infrastrutture per la ricarica dei mezzi pesanti?**

«Il tema degli e-truck è sicuramente di importanza centrale. Anche se in questo caso la scelta delle location richiede una stretta partnership con i centri logistici, visto che hanno modelli di business che prevedono la ricarica presso i loro siti e i nodi in cui posizionarsi vanno scelti insieme. È un tema su cui anche l'Unione Europea ha imposto dei target molto sfidanti disponendo anche dei fondi ma bisogna lavorare in maniera integrata anche perché si tratta di investimenti molto importanti».

**Ewiva prevede vari format con cui sviluppare le stazioni di ricarica a seconda delle caratteristiche della location. Oggi quale state impiegando più di frequente?**

«Oggi sul territorio abbiamo 3 siti Premium che è il format con più punti di ricarica presenti presso la stessa location. Al momento i format che stiamo utilizzando con più frequenza sono Standalone e Basic o Conveniente, quindi che prevedono nel primo caso la singola colonnina con doppio punto di ricarica e nel secondo due o tre colonnine Hpc con 4 o 6 charging point. Il 70% prevede almeno la presenza di 4 punti e la scelta in questo senso dipende molto dal tessuto urbano o extraurbano in cui vengono inseriti, oltre che dalla possibilità di collegamento a una cabina di media tensione. Siamo molto flessibili ma il nostro core business conta di privilegiare le location in cui poter installare almeno due infrastrutture. Dove possibile le colonnine vengono anche accompagnate da una pensilina fotovoltaica, come quella recentemente attivata presso la stazione sulla A35 Bre-be-mi».

**Quali sono le criticità che stanno frenando lo sviluppo dell'e-mobility in Italia?**

«Quello che serve in maniera più urgente al mercato è una visione di sistema. Per capire come sbloccare la situazione bisogna guardare ai meccanismi messi in atto dai Paesi che stanno segnando il passo sulla transizione elettrica. Questi Paesi da una parte ci insegnano che sono necessari investimenti importanti e strutturali anche e soprattutto sul cliente finale. Oggi sappiamo che acquistare un Bev ha un costo iniziale di acquisto importante rispetto allo stesso segmento endotermico e che il cliente lo considera uno scoglio anche perché fatica ancora a ragionare in termini di total cost of ownership nell'intero ciclo di vita del veicolo. Se si aiuta il cliente a superare questa barriera con degli incentivi è più probabile che valuti l'acquisto di un'auto elettrica. Purtroppo le modalità con cui questi incentivi sono

stati applicati nel 2024 non hanno premiato: troppi rinvii che hanno congelato le immatricolazioni - in maniera quasi controproducente - e troppo pochi i fondi per soddisfare le richieste. È uno schema che va rivisto e va pensato diversamente. Gli incentivi però hanno dimostrato che, disinnescando alcune resistenze economiche, i clienti sono assolutamente ben propensi all'acquisto di una vettura elettrica. Anche l'industria automotive dal canto suo deve continuare a investire nell'ottica di una riduzione dei prezzi: difficile, almeno in Italia, poter pensare di rinnovare un parco auto di utilitarie obsoleto con veicoli che partono dai 20-25mila euro».

**Pare che attualmente sia allo studio un modello di incentivi a livello europeo. Questo potrebbe contribuire alla ripartenza?**

«A prescindere o meno dagli incentivi, credo sia fondamentale che la transizione elettrica non diventi un argomento politico. Perché questo rende ancora più complessa e confusa una corretta informazione nei confronti del cliente finale, tra fake news e tutto quello che ne consegue. Disinnescare questi meccanismi è molto complesso perché minano la fiducia del consumatore in uno scenario di transizione che di fatto è molto complicato. Ewiva sta lavorando molto su questo punto, anche in risposta alle tante fake news che vengono costruite per screditare l'elettrico, cercando di spiegare come alcune argomentazioni addirittura non siano reali. Una tra tutte, giusto per fare un esempio, quella relativa al fatto che la rete elettrica italiana non sarà in grado di supportare un domani i veicoli in circolazione. Riassumendo è necessario strutturare un sistema di incentivi adeguato, supportato da informazioni corrette - che non vuol dire, sia chiaro, che l'elettrico sia l'unico atterraggio possibile per il futuro dell'automotive, ma oggi è l'unica alternativa reale - e che si creino i presupposti per garantire un indotto importante a tutta la filiera. L'elettrico insomma deve essere visto come una risorsa per tutto il Paese e per la sua economia».

**Restando sul tema della cultura dell'elettrico Ewiva si è distinta con un'operazione che ha coinvolto le scuole. Può riassumere in cosa consiste?**

«Si tratta di un nuovo progetto formativo chiamato "E-Mobility@School - Il viaggio elettrizzante inizia oggi" con cui coinvolgiamo 500 classi e circa 12.500 studenti delle Scuole secondarie di secondo grado di tutta Italia, per un numero complessivo di 5mila ore di formazione. L'iniziativa didattica è gratuita ed è volta a sensibilizzare i più giovani su temi come la sostenibilità, il cambiamento climatico, la riduzione delle emissioni e il futuro della mobilità. Crediamo che parlare di questi argomenti nelle scuole sia oggi più che mai fondamentale perché siamo di fronte a un cambiamento culturale epocale. A insegnare molto spesso sono proprio i ragazzi che si fanno portatori di una sensibilità e di un'assenza di preconcetto intorno al mondo dell'e-mobility. Come Ewiva sentiamo una responsabilità in questo senso, ovvero sostenere una comunicazione volta a sottolineare gli aspetti relativi ai valori che sostengono la transizione e non solo quelli relativi al business che può generare. Questo progetto sviluppato nelle scuole ci è piaciuto particolarmente perché ci sta consentendo di parlare di mobilità elettrica anche al di fuori dei classici schemi commerciali, ma nell'ottica di costruire una maggior consapevolezza nelle nuove generazioni di opportunità e benefici che questo cambiamento può garantire, disinnescando quei rumori di fondo che spesso sono fuorvianti e distolgono l'attenzione dai problemi prioritari» **ER**