

COMOLI FERRARI, STORICO DISTRIBUTORE ITALIANO NEL SETTORE DELL'IMPIANTISTICA, HA TRASFORMATO IL PROPRIO RUOLO SUL MERCATO EVOLVENDO DA SEMPLICE FORNITORE DI PRODOTTI A TRUSTED SOLUTION PARTNER. IN AMBITO E-MOBILITY L'AZIENDA PROPONE SOLUZIONI COMPLETE E SCALABILI CHE RISPONDONO ALLE ESIGENZE DI INSTALLATORI, IMPRESE E PUBBLICA AMMINISTRAZIONE. UN'OFFERTA CHE CONIUGA COMPETENZE TECNICHE, CAPILLARITÀ TERRITORIALE, SERVIZI DI FORMAZIONE E TECNOLOGIE ALL'AVANGUARDIA PER SUPPORTARE LA TRANSIZIONE VERSO UNA MOBILITÀ ELETTRICA PIÙ ACCESSIBILE, EFFICIENTE E INTELLIGENTE

TERZA GENERAZIONE ALLA GUIDA DELLA SOCIETÀ, PAOLO FERRARI È AMMINISTRATORE DELEGATO UNICO DAL 2016. INSIEME ALLE CUGINE MARGHERITA E ANASTASIA FERRARI, HA TRASFORMATO L'IMPRESA DI FAMIGLIA IN UNA STRUTTURA MANAGERIALE, ATTIVANDO IL PERCORSO PER UN NUOVO POSIZIONAMENTO CHE HA PORTATO COMOLI FERRARI A TRASFORMARSI DA DISTRIBUTORE DI MATERIALI PER L'IMPIANTISTICA IN TRUSTED SOLUTION PARTNER. INTEGRANDO, IN QUESTO MODO, LA PROPRIA IDENTITÀ COME FORNITORE DI SERVIZI

"E-mobility: il nostro approccio sistemico per un'infrastruttura sostenibile e integrata"

Con una storia che affonda le radici nel 1929 e una presenza capillare in otto Regioni italiane, Comoli Ferrari è oggi uno tra i principali player nel panorama nazionale della distribuzione di soluzioni per l'impiantistica. Forte di 113 punti vendita, oltre 1.200 collaboratori e un fatturato annuo che supera i 660 milioni di euro, l'azienda ha saputo evolversi con continuità, affiancando alla propria vocazione distributiva un portafoglio di servizi avanzati e personalizzati. Un cambio di paradigma che si riflette anche nell'approccio al mercato dell'e-mobility, dove Comoli Ferrari opera da oltre un decennio con una proposta che integra tecnologie, competenze e supporto operativo. La visione dell'azienda non si limita alla fornitura di colonnine di ricarica, ma abbraccia l'intera filiera del sistema elettrico, dalla progettazione degli impianti fino alla formazione degli installatori. Le soluzioni offerte comprendono dispositivi in corrente alternata e continua, piattaforme intelligenti per la gestione remota, sistemi di supervisione e servizi post-vendita. Il tutto arricchito da partnership strategiche con aziende

quali ABB, Bticino e Scame, selezionate per la capacità di garantire affidabilità, scalabilità e sicurezza. L'approccio modulare e integrato consente di rispondere a una pluralità di esigenze, dal contesto residenziale a quello pubblico, fino agli ambiti aziendali e commerciali. A distinguere Comoli Ferrari nel mercato è inoltre la capacità di supportare la crescita professionale dei propri interlocutori attra-

verso percorsi formativi dedicati, sviluppati dalla propria Academy. Un asset che si rivela particolarmente strategico in un settore, come quello della mobilità elettrica, dove l'evoluzione tecnologica è rapida e la preparazione tecnica è fondamentale per garantire soluzioni efficaci e a norma. La trasformazione dell'azienda in Trusted Solution Partner trova così piena espressione nell'ambito dell'e-mobility, dove l'infrastruttura non è più solo un bene da installare, ma un sistema da progettare, gestire e far evolvere nel tempo. In un contesto nazionale ancora frammentato e caratterizzato da significativi divari territoriali, Comoli Ferrari si propone come un alleato strategico per accompagnare imprese e professionisti nel percorso verso una mobilità più connessa e intelligente. Ne parlano l'amministratore delegato Paolo Ferrari e il product manager Franco Grottanelli.

LA SCHEDA

COMOLI FERRARI

Sede: via Enrico Mattei, 4 - 28100 Novara
Contatto Mail: novara.sede@comoliferrari.it
Sito web: www.comoliferrari.it
Tel. 03214401

Punti vendita aperti: 113

Oltre **1.000** brand commercializzati
50 tecnici operativi
3mila famiglie di prodotto
1.500 item venduti
Oltre **1.200** collaboratori
Fatturato 2023: **660 milioni** di euro

Come è strutturata a oggi Comoli Ferrari e in quali mercati opera?

Paolo Ferrari: «Comoli Ferrari, da oltre 95 anni distributore di soluzioni per l'Impiantistica, è un'azienda interamente italiana, nata a No-

vara nel 1929. Oggi Comoli Ferrari è presente su gran parte del territorio nazionale con 113 punti vendita, distribuiti in otto regioni: Piemonte, Lombardia, Liguria, Valle d'Aosta, Emilia-Romagna, Marche, Toscana, Sardegna. E, da settembre 2024, è presente anche in Veneto, entrata a far parte della compagine societaria dell'azienda V.I.M.E. srl. Conta in tutto oltre 1.200 collaboratori e ha registrato, nel 2023, un fatturato di 660 milioni di euro, rappresentando più del 10% del mercato italiano. Il nostro obiettivo è quello di identificare, per ciascun cliente e stakeholder, la migliore soluzione impiantistica in risposta ai nuovi bisogni emergenti da un mercato in evoluzione. Soluzioni che si compongono di tecnologie abilitanti, unite alla scelta di Servizi di supporto qualificato, concreti e personalizzati, affiancati dall'accrescimento delle competenze, che mettiamo a disposizione degli specialisti, grazie all'Academy Comoli Ferrari».

Quando e come Comoli Ferrari ha iniziato a trattare prodotti legati all'e-mobility?

Franco Grottanelli: «Siamo da sempre attenti e promotori dell'innovazione, ne abbiamo fatto un mantra, anche quando costituisce una sfida. Ci permette di anticipare le tendenze, offrire tecnologie migliori, più efficienti e sostenibili. Il mercato dell'e-mobility, in Italia, è nato in modo concreto intorno al 2010: è da questo momento che abbiamo iniziato a interessarcene e a dotarci di specialisti di settore. La svolta importante si ebbe tra il 2018-2019, grazie inoltre all'introduzione dei primi incentivi statali. È in questa fase che anche la nostra azienda ha iniziato ad accelerare, non solo da un punto di vista delle proposte commerciali in ambito e-mobility – grazie alla distribuzione di tecnologie all'avanguardia dei nostri fornitori più competitivi – ma anche attivando una serie partnership con realtà in forte sviluppo grazie alla rapida evoluzione del mercato».

Come si è sviluppata l'offerta?

Grottanelli: «Monitorare l'andamento del mercato, i nuovi bisogni e le tendenze è un aspetto imprescindibile per poter accrescere, con successo, il nostro business. Ed è quello che facciamo, studiando il settore e le nuove esigenze del nostro cliente. Negli ultimi anni, possiamo notare come le stazioni di ricarica per auto elettriche abbiano conosciuto un'evoluzione significativa, spinta da un lato dai progressi tecnologici, dall'altro dalla necessità di rispondere alle richieste del PNRR, che prevede, come obiettivo, di promuovere lo sviluppo verde, tecnologico e di digitalizzazione, affrontando divari territoriali e carenze nella crescita della produttività. Anche la nostra offerta si è trasformata di conseguenza: dai primi modelli in corrente alternata (AC) da 3,7 kW con connessione 3A, siamo passati a soluzioni più potenti da 22 kW, fino ad arrivare alla ricarica in corrente continua (DC) con

potenze superiori ai 150 kW. Ma l'innovazione non si è fermata alla potenza: l'integrazione di funzionalità digitali ha portato all'introduzione di modelli connessi ad app e piattaforme intelligenti, che permettono di localizzare le stazioni in tempo reale, prenotare una ricarica e pagare comodamente online. Inoltre, stanno emergendo con sempre maggiore interesse le stazioni modulari e mobili, pensate per rispondere a necessità temporanee, come eventi o situazioni di emergenza».

Come è cambiata la vostra strategia dopo il Superbonus 110%?

Ferrari: «La fine del Superbonus 110%, più che indurre a una nuova strategia, ha richiesto un vero e proprio cambio di paradigma. Se fino ad allora l'installazione di un ev-charger residenziale rispondeva a una specifica richiesta dell'utente, con il 110% la stazione di ricarica è diventata, nella stragrande maggioranza dei casi, un accessorio superfluo: era gratuita e, indipendentemente dal possesso di un'auto elettrica, veniva comunque installata. Il mercato ne ha risentito, congestionandosi e proponendo spesso soluzioni inadeguate rispetto alle reali esigenze dell'utenza. La nostra nuova visione si concentra su modalità alternative di proposta: promuovendo la conoscenza delle caratteristiche e peculiarità delle tecnologie attraverso eventi formativi, collaborando sinergicamente con i nostri fornitori tramite roadshow e giornate dedicate nei nostri punti vendita, e proponendo modelli e soluzioni che integrano sistemi di gestione e controllo evoluti, con l'obiettivo di ampliare la nostra base clienti».

Oggi quali marchi trattate in ambito e-mobility e per quali motivi li avete selezionati?

Grottanelli: «Nella nostra visione di soluzione completa, la stazione di ricarica non è un elemento a sé stante, ma parte integrante di un sistema connesso e integrato nella struttura che la ospita. Per questo motivo la scelta di collaborare con ABB, Bticino e Scame rappresenta una scelta strategica. ABB e Bticino offrono componenti fondamentali per la realizzazione di un'infrastruttura completa, che include cabine, trasformatori e quadri di media e bassa tensione. Scame, mette a disposizione una piattaforma on-premise per la gestione centralizzata di infrastrutture multi-sito, garantendo un controllo efficiente e sicuro. In un contesto in cui la sicurezza dei dati è sempre più cruciale, questa caratteristica rappresenta un valore aggiunto significativo. Le tecnologie presenti all'interno delle nostre soluzioni vanno dalle wall box alle colonnine di ricarica, disponibili sia in corrente alternata (AC) che in corrente continua (DC)».

Chi sono i vostri principali clienti e a quali target si rivolgono prevalentemente?

Grottanelli: «Comoli Ferrari si rivolge al

mercato B2B che prevede relazioni e partnership di lungo termine, e un alto grado di personalizzazione. Pertanto, è l'installatore il nostro principale interlocutore. Ma il cambio di posizionamento ci ha richiesto necessariamente di estendere anche il network dei nostri interlocutori. Abbiamo così iniziato a collaborare con nuovi stakeholder come la pubblica amministrazione, le concessionarie, le società di noleggio e le società dei parcheggi».

Come si è evoluto e come sta evolvendo il mercato degli ev-charger dal vostro punto di vista?

Grottanelli: «Il Superbonus 110% ha avuto un impatto significativo sul settore della ricarica elettrica in Italia, e la sua chiusura ha portato un calo drastico specie delle installazioni residenziali. Il termine degli incentivi messi a disposizione dal Superbonus 110% ci ha indotto inevitabilmente a valutare nuovi scenari. Per questo l'attenzione si è quindi spostata verso le infrastrutture pubbliche e semi-pubbliche, in particolare in contesti ad alta frequentazione come centri commerciali, parcheggi aziendali e strutture ricettive. In parallelo, cresce l'interesse per l'integrazione con comunità energetiche e smart grid, in un'ottica di condivisione e ottimizzazione delle risorse. I sistemi di ricarica vengono quindi progettati per integrarsi con impianti fotovoltaici, sistemi di accumulo e reti intelligenti: non sono più "semplici prese di corrente", ora includono sistemi di gestione dinamica della potenza, app di controllo, billing integrato e diagnostica remota. Il software



FRANCO GROTTANELLI

Ci rivolgiamo al mercato B2B che prevede relazioni e partnership di lungo termine, con un alto grado di personalizzazione. L'installatore è il nostro principale interlocutore»

F. Grottanelli



A OGGI COMOLI FERRARI CONTA 113 PUNTI VENDITA APERTI SU TUTTO IL TERRITORIO ITALIANO. NELLA FOTO SOPRA LO STORE DI CINISELLO BALSAMO (MILANO), PIÙ IN BASSO QUELLO DI POMBIA (NOVARA)

sta diventando un elemento differenziante, soprattutto per la gestione di flotte e spazi condivisi. Con la riduzione degli incentivi, la qualità e l'efficienza delle soluzioni tecnologiche assumono un ruolo centrale: la scelta degli impianti diventa più consapevole, orientata alla sostenibilità e alla durata nel tempo».

Quanto è importante oggi fornire agli installatori delle soluzioni su misura?

Ferrari: «Il nostro posizionamento sul mercato vuole essere quello di Trusted Solution Partner, ovvero un interlocutore di riferimento a 360 gradi, al fine di intercettare i bisogni del cliente, per potergli offrire soluzioni quanto più calzanti alle proprie esigenze. Ed è su questo che lavoriamo costantemente, per fornire a ogni cliente un pacchetto "chiavi in mano", in grado di assicurare un supporto e un accompagnamento altamente qualificato. Dalla fase di prevendita - cioè durante la progettazione, anche sul campo, nella scelta

delle tecnologie più performanti - fino al post-vendita per l'assistenza nel funzionamento dell'impianto. Questo è possibile solo grazie a collaboratori specializzati, sempre aggiornati, profondamente conoscitori del territorio su cui agiscono, delle tendenze del mercato e delle evoluzioni tecnologiche. La nostra reason why non è più pertanto solo quella di comprare e rivendere prodotti, ma di aggiungere elementi di valore alla nostra offerta accompagnando i clienti nella crescita del loro - e del nostro - business».

In che modo la vostra offerta e-mobility può sfruttare le sinergie con gli altri settori in cui siete presenti?

Ferrari: «Lavoriamo ogni giorno per ampliare il nostro network, integrare la nostra offerta con servizi che vanno anche oltre il supporto tecnico, ormai basilare, fino ad accompagnare i clienti nella costruzione delle managerialità necessarie ad affrontare le sfide di oggi e di domani. La prova è dunque quella di differenziarsi dal resto del mercato, aggiungendo valore. A questo proposito numerose sono le iniziative di collaborazione che abbiamo negli anni messo in atto, per esempio, con concessionarie fornitrici di veicoli elettrici come piccoli van, utili ai nostri installatori, e costanti sono le collaborazioni con istituti tecnici superiori ai quali abbiamo fornito diverse tipologie di colonnine elettriche per creare veri e propri laboratori con strumenti idonei all'apprendimento per i futuri professionisti del settore».

Quali sono i vantaggi - restando in ambito e-mobility - di avere una rete di punti vendita così capillare?

Ferrari: «Proprio grazie alle sinergie create negli anni e a partecipazioni e/o acquisizioni abbiamo aumentato molto la nostra capillarità grazie, inoltre, al costante e attento lavoro di oltre 800 colleghi, tra commerciali, tecnici specialisti e funzioni di staff presenti sul territorio. Il tema della differenziazione dell'offerta abbiamo già detto essere un tema cruciale per rispondere alle singole esigenze dei nostri clienti. Diventa dunque fondamentale conoscere le particolarità di ciascun territorio su cui agiamo, i relativi stakeholder e competitor, e condividere tra i collaboratori le virtuosità di ciascun territorio, nonché le sinergie ottenute, per poterle replicare. In ambito e-mobility, in particolare, se consideriamo quanto ancora sia elevata la discrasia tra una Regione e un'altra dell'Italia in tema

di infrastrutture, questo confronto è ancora più evidente».

In che modo supportate la formazione degli installatori?

Grottanelli: «Comoli Ferrari propone da sempre corsi di formazione specializzati, ciascuno incentrato su tematiche tecniche specifiche, grazie all'Academy Comoli Ferrari. I corsi possono essere seguiti in presenza presso i nostri punti vendita oppure fruiti online, attraverso tutorial e contenuti on demand disponibili sui nostri portali. In particolare, l'area dedicata alla e-mobility, offre una panoramica completa e approfondita. I partecipanti acquisiscono conoscenze sulle varie modalità di ricarica, sui connettori previsti dalle normative vigenti, sulle potenze disponibili e sui tempi necessari per una ricarica efficiente. Il percorso formativo prosegue con l'analisi delle funzioni avanzate delle diverse tipologie di stazioni di ricarica, con un focus sulle applicazioni ideali e sui sistemi di supervisione e gestione integrabili. Infine, vengono approfonditi i dispositivi e i requisiti di sicurezza richiesti per l'installazione secondo le normative di riferimento, concludendo con le verifiche post-installazione, necessarie per garantire il corretto funzionamento dell'intero sistema».

Quali sono le principali criticità che oggi frenano lo sviluppo dell'e-mobility in Italia?

Ferrari: «La mancanza di infrastruttura in ambito e-mobility in Italia rappresenta una delle principali criticità che rallentano la transizione verso un sistema di trasporto più sostenibile. Le problematiche più urgenti da risolvere a tal proposito sono molteplici, come, per esempio, la scarsa distribuzione geografica: le colonnine di ricarica sono concentrate soprattutto nelle aree urbane e del Nord Italia, lasciando scoperti molti territori, in particolare le zone rurali e del sud. Infatti, sebbene il numero sia in crescita, non è proporzionato all'aumento del parco veicoli elettrici. Questo crea difficoltà nella pianificazione di viaggi medio-lunghi. O ancora, la capacità della rete elettrica nazionale, che potrebbe non essere ancora sufficientemente robusta o aggiornata per gestire carichi elevati dovuti alla diffusione massiva della ricarica, soprattutto nelle ore di picco. A questo si aggiunge, specie a livello privato, una sensibilizzazione e approfondimento relativo alle funzionalità delle colonnine di ricarica o del veicolo, dovendo avvenire, l'eventuale installazione di tecnologie da ricarica, presso la propria abitazione».



LA SEDE CENTRALE DI COMOLI FERRARI È SITUATA A NOVARA. LAZIENDA SI OCCUPA DI SEGUIRE IL CLIENTE CON SOLUZIONI TAILOR MADE CHE LO ACCOMPAGNANO DALLA FASE DI PROGETTAZIONE FINO AL SUPPORTO POST VENDITA

