

SVILUPPARE UNA RETE DI RICARICA CHE INTEGRI PIÙ MODELLI DI BUSINESS E PUNTI SULL'ESPERIENZA UTENTE COME LEVA DI UTILIZZO, PROGETTANDO RETI COERENTI CON I CONTESTI E CON LE ESIGENZE REALI DEGLI UTENTI. È QUESTA LA CHIAVE CON CUI UAU, TRAMITE IL BRAND UATTZY, AFFRONTA LA SFIDA DELLA RICARICA PUBBLICA IN ITALIA. UN PERCORSO CHE PASSA ATTRAVERSO KNOW-HOW, UNIFORMITÀ DELL'ESPERIENZA E NUOVE SOLUZIONI TECNOLOGICHE. «PREFERIAMO MANTENERE UN APPROCCIO APERTO», SPIEGA IL CEO ALESSANDRO VIGILANTI, «E INTERCETTARE LE DIVERSE ESIGENZE DEL MERCATO RESTANDO FOCALIZZATI SULLA USER EXPERIENCE»

"Puntiamo su flessibilità, interoperabilità e servizio"

In un mercato della ricarica ad accesso pubblico che cresce rapidamente ma resta segnato da frammentazione, complessità autorizzative e modelli di business ancora in evoluzione, la partita non si gioca più soltanto sul numero di colonnine installate. Sempre più spesso, la differenza la fanno la capacità di integrazione, la flessibilità strategica e una visione industriale capace di tenere insieme infrastruttura, servizio ed esperienza utente. È in questo contesto che si inserisce UAU, società nata dall'aggregazione di E-Shore, Enermia e GasGas, tre operatori con percorsi diversi ma complementari nel mondo dell'e-mobility. Un'operazione che ha dato vita a un player indipendente, sostenuto

dal fondo IRR - Italia Renewable Resources, con l'obiettivo di presidiare l'intera filiera della ricarica elettrica attraverso più modelli di business. UAU è presente sul territorio attraverso Uattzy, il brand con cui il gruppo opera come Cpo impegnato nello sviluppo di una rete di ricarica pubblica pensata per essere distribuita, interoperabile e sempre più orientata anche alle soluzioni fast e ultra-fast. Alessandro Vigilanti, Ceo di Uattzy, racconta la logica industriale alla base dell'aggregazione, le scelte che hanno guidato la costruzione del brand e le direttrici di sviluppo della rete, tra investimenti diretti, partnership strategiche e sperimentazioni tecnologiche come l'integrazione con sistemi di accumulo. L'intervista offre anche uno sguardo

sulle criticità del settore, dai tempi di allaccio alla rete ai rapporti con la pubblica amministrazione, fino al dibattito sul phase-out dell'endotermico e al ruolo sempre più centrale delle flotte. La strategia del Cpo punta a crescere non solo in dimensione, ma soprattutto in capacità di adattarsi a un mercato italiano ancora in fase di assestamento, dove indipendenza e versatilità possono diventare leve decisive.

Come è nata UAU e qual è stato il valore strategico di riunire sotto un unico cappello tre player già esperti nel mondo della e-mobility?
«UAU nasce dall'integrazione di tre realtà: E-Shore, Enermia e GasGas, tutte attive nel settore della mobilità elettrica, seppure con

LA SCHEDA

UATZTY

Sito Web: www.uatzty.com

Punti di ricarica installati: 2.400

Obiettivo: 9.000 Pdr entro il 2030

Area di business: Cpo ed Emsp che offre soluzione tailor made per imprese, pubblica amministrazione e privati

specializzazioni differenti. E-Shore era maggiormente orientata alla ricarica pubblica in ambito privato o semi-privato; Enernia operava soprattutto nella ricarica pubblica, sia come investitore diretto sia come gestore di punti di ricarica per conto terzi; GasGas, società di cui ero amministratore delegato, era invece focalizzata prevalentemente sull'installazione e sull'investimento in infrastrutture di ricarica su suolo pubblico, affiancando anche attività di EPC e di gestione operativa. Si trattava quindi di tre aziende che coprivano modelli di business in parte sovrapposti ma con pesi diversi. L'aggregazione ci ha permesso, da un lato, di unire competenze complementari e, dall'altro, di creare fin da subito un operatore con una massa critica, in termini di referenze e requisiti, sufficiente a intercettare opportunità di mercato che singolarmente sarebbero state più difficili da cogliere. Dal punto di vista finanziario e strategico, questa operazione è stata resa possibile anche dall'ingresso del fondo di investimento alternativo denominato IRR (Italian Renewable Resources) gestito da L&B Capital SGR, che è entrato nel momento in cui E-Shore ed Enernia si sono aggregate a GasGas, con l'acquisizione di quest'ultima. Il fondo, costituito a metà del 2024, ha come obiettivo quello di sostenere la transizione energetica investendo in aziende attive in questo ambito, e la nostra è stata la prima operazione di aggregazione e investimento realizzata».

Il passo successivo è stata la nascita del nuovo brand Uatzty nel marzo dello scorso anno...

«L'obiettivo di Uatzty è quello di posizionarsi tra i principali player italiani nella vendita di servizi di ricarica, adottando più modelli di business. Da un lato stiamo portando avanti un piano di investimenti diretti per l'installazione di un numero significativo di punti di ricarica di proprietà; dall'altro vogliamo intercettare opportunità diverse, come l'elettrificazione delle aziende, sia per i dipendenti sia per le flotte. Su questo fronte stiamo lavorando a soluzioni

dedicate, che presenteremo più avanti, con un approccio meno focalizzato sulla semplice installazione e più orientato al servizio, pensato per accompagnare le aziende medio-grandi nel percorso di elettrificazione delle flotte, in particolare dal punto di vista infrastrutturale. Un ulteriore modello di business in cui siamo impegnati è quello legato al ruolo di Emsp. Abbiamo lanciato la nuova app Uatzty, che oggi consente di accedere ai nostri punti di ricarica e che, nel corso dell'anno, verrà progressivamente aperta anche all'integrazione di reti di altri operatori. Attualmente tutta la nostra rete, in qualità di Cpo, è interoperabile verso gli Emsp; stiamo ora lavorando per completare il percorso inverso, integrando come Emsp anche i punti di ricarica di altri Cpo. Dal lato roaming, abbiamo già attivato circa cinquanta accordi e siamo in fase avanzata di negoziazione anche con i due principali operatori italiani».

Dopo la fusione come vi siete strutturati? Come avete integrato le diverse realtà?

«A valle della fusione abbiamo avviato un'integrazione completa, sia sul piano organizzativo sia su quello infrastrutturale. In questa fase stiamo completando il rebranding di tutti i punti di ricarica, che in precedenza riportavano brand, livree e modalità di gestione differenti, legate appunto a E-Shore, Enernia e GasGas. L'obiettivo è portare l'intera rete sotto il cappello di UAU, con il brand Uatzty come riferimento per le stazioni. Questo lavoro non è stato concepito come un semplice cambio di livrea, ma come una vera riprogettazione dell'esperienza utente. Ci siamo resi conto che ogni azienda aveva sviluppato, nel tempo, una propria interpretazione dell'esperienza di ricarica: non solo dal punto di vista visivo, ma anche per quanto riguarda il modo in cui la colonnina comunica con l'utente, sia al primo utilizzo sia per chi ricarica abitualmente. A questo si aggiungeva la presenza di una molteplicità di dispositivi con interfacce diverse. Da qui la scelta di fermarci, mettere sul tavolo il meglio di ciascuna esperienza e ripartire da un "foglio bianco" per costruire un'esperienza il più possibile uniforme su tutto il parco installato. È chiaro che esistono limiti tecnologici, perché non tutti i dispositivi hanno le stesse dotazioni, ma l'obiettivo è stato quello di definire una linea comune, con grande attenzione all'utente finale. Riteniamo che questa attenzione all'esperienza possa diventare una leva concreta per migliorare uno dei temi chiave del settore, ovvero il tasso di utilizzo delle infrastrutture. In parallelo abbiamo potenziato anche il servizio di call center, che ha dovuto adattarsi a una rete eterogenea e complessa, ma su cui abbiamo investito tempo e risorse perché crediamo che anche da qui possano arrivare benefici tangibili in termini di utilizzo e redditività».

UATZTY SARÀ PRESENTE A KEY - THE ENERGY TRANSITION EXPO 2026 PRESSO IL PADIGLIONE A3, STAND S10

Guardando al panorama dei Cpo attivi in Italia, quale ritieni sia oggi la principale caratteristica che distingue Uatzty rispetto agli altri operatori?

«Uno degli elementi distintivi è sicuramente la capacità di presidiare più modelli di business. Esistono operatori molto focalizzati su un'unica attività, come l'investimento diretto in infrastrutture di proprietà, senza occuparsi di installazioni per terzi o di servizi per le aziende, e viceversa. Altri non coprono il ruolo di Emsp. La nostra scelta è stata invece quella di guardare all'intero ecosistema della mobilità elettrica, mantenendo una presenza trasversale sui diversi verticali. Questa versatilità è coerente con la nostra visione di un mercato che non è ancora maturo. Riteniamo rischioso puntare tutto su un solo modello di business, perché non è ancora chiaro quale sarà quello dominante nel medio periodo. Preferiamo quindi mantenere un approccio aperto, osservare l'evoluzione del mercato e decidere di conseguenza dove concentrare maggiormente gli sforzi. Un altro elemento chiave è l'indipendenza. UAU è un operatore puro di mobilità elettrica: non siamo legati a multiutility, non siamo produttori di colonnine né di veicoli, non abbiamo partecipazioni pubbliche. Questo ci garantisce una grande flessibilità nelle scelte strategiche e ci consente di costruire partnership e soluzioni anche su misura. Abbiamo già realizzato progetti di co-investimento e stiamo lavorando a partnership con fornitori di energia elettrica, inclusa una collaborazione in fase avanzata con uno dei principali operatori italiani che non presidia direttamente la mobilità elettrica e ha scelto di affidarsi a un partner specializzato. Questa indipendenza ci permette di adattare le soluzioni anche alle esigenze specifiche del singolo cliente».

I colori delle colonnine richiamano in parte l'esperienza di GasGas. C'è una motivazione precisa dietro questa scelta?

«Dall'esperienza maturata con GasGas abbiamo visto che avere un brand riconoscibile, fresco, moderno e coerente con il mondo tecnologico genera valore. Questo vale sia per l'utente che arriva alla colonnina, sia per l'intero ecosistema che ruota attorno al servizio: dalla forza vendita al team interno, fino ai partner. Anche quando ci confrontiamo con grandi realtà, come comuni, centri commerciali o aziende strutturate, la cura del brand viene percepita come un segnale di attenzione e solidità. Per questo abbiamo deciso di portare avanti questa impostazione anche con Uatzty, pur essendo un brand giovane».

Guardando alle attività più recenti, ci sono delle best practice o accordi particolarmente rappresentativi già in essere?

«Una delle partnership più significative è l'ampliamento della collaborazione con Apcoa, uno dei principali gestori di parcheggi in Europa. Inizialmente lavoravamo con loro su un modello di vendita e gestione dei punti di ricarica per conto



«Abbiamo constatato che avere un brand riconoscibile, fresco, moderno e coerente con il mondo tecnologico genera valore. Questo sia per l'utente che arriva alla colonnina, sia per l'intero ecosistema che ruota attorno al servizio»



NELLE IMMAGINI ALCUNE
INSTALLAZIONI EFFETTUATE
DA UATTZY PRESSO IL CENTRO
COMMERCIALE ARTENI A
TAVAGNACCO (UDINE)



terzi. A fine dello scorso anno Apcoa ha deciso di rivedere la propria strategia sulla mobilità elettrica in Italia e siamo riusciti ad accompagnarli in un cambio di modello, passando a una configurazione in cui siamo noi proprietari delle infrastrutture. Abbiamo riacquisito gli impianti già realizzati e nel prossimo anno svilupperemo, con investimento diretto, circa quaranta nuovi siti all'interno dei loro parcheggi. È un esempio concreto di flessibilità e di costruzione di un progetto condiviso. Un altro progetto di rilievo è quello, pubblico, relativo alla realizzazione di 1.200 infrastrutture di ricarica per Poste Italiane. Si tratta di un bando vinto nel 2024, la cui fase installativa si concluderà nel 2026, a cui seguiranno cinque anni di gestione. È un progetto molto importante, che ci vede tra i principali operatori coinvolti».

Quali sono oggi gli obiettivi di medio-lungo termine in termini di sviluppo della rete?

«A oggi abbiamo installato e in gestione circa 2.400 punti di ricarica, dei quali circa il 60% è già attivo. Una parte significativa è ancora in fase di attivazione perché installata nel corso dell'ultimo anno. Il piano industriale prevede di arrivare a circa 9.000 punti di ricarica entro il 2030. Attualmente la rete è prevalentemente composta da ricarica quick in AC, che rappresenta circa l'89% del totale. Nei prossimi anni prevediamo però di riequilibrare gli investimenti, aumentando progressivamente la quota di fast e ultra-fast. L'approccio rimane quello di una rete distribuita: stiamo realizzando il nostro primo hub con HPC, ma si tratterà di pochi siti selezionati, mentre il resto delle installazioni

continuerà a essere diffuso sul territorio. Un ulteriore ambito di sperimentazione riguarda l'integrazione tra infrastrutture di ricarica e sistemi di accumulo. Nel corso di quest'anno installeremo soluzioni di questo tipo su tre siti e contiamo di attivare il primo già nel secondo trimestre. È un'evoluzione che riteniamo particolarmente interessante, sia per l'ottimizzazione della potenza disponibile sia per una gestione più efficiente dell'acquisto dell'energia, sfruttando le fasce orarie più favorevoli. È un modello che vogliamo testare e valutare su scala più ampia».

Questa integrazione sembra rispondere anche alle difficoltà legate agli allacciamenti alla rete, che continuano a rappresentare un collo di bottiglia...

«Sì, purtroppo le tempistiche rimangono critiche. Parliamo tranquillamente di sei-nove mesi, che diventano oltre un anno per impianti di dimensioni maggiori o con connessioni in media tensione. In questo contesto, soluzioni modulari e con accumulo possono offrire vantaggi concreti. Un altro aspetto interessante è proprio la modularità: una volta realizzata la connessione, è possibile ampliare progressivamente l'infrastruttura aggiungendo nuove batterie e nuovi punti di ricarica, mantenendo lo stesso allaccio. Questo consente anche di osservare i dati di utilizzo del sito e decidere, in un secondo momento, se potenziarlo ulteriormente, passando ad esempio a una connessione in media tensione e aumentando la capacità in funzione della domanda reale».

A livello burocratico la situazione è migliorata negli ultimi anni?

«Onestamente non vedo grandi miglioramenti, anzi in alcuni casi direi che la situazione è peggiorata. La domanda è cresciuta molto e questo ha inevitabilmente aumentato le complessità. In particolare, nel rapporto con la pubblica amministrazione si nota una maggiore attenzione, che da un lato è positiva, ma dall'altro si traduce in iter autorizzativi più lunghi e richieste più articolate. Molti enti hanno già realizzato impianti in passato e, con il senno di poi, hanno compreso che alcune scelte progettuali non erano ottimali. Oggi questo porta a una richiesta di progetti più dettagliati, specifiche tecniche più stringenti e, in alcuni casi, a obblighi aggiuntivi come l'integrazione degli stalli con sensori di

parcheggio o con sistemi già in uso presso il Comune. Sono tutte complessità che vanno gestite e risolte se si vuole realizzare l'infrastruttura in quel determinato sito».

Come scegliete i vostri partner tecnologici?

«Una delle caratteristiche che negli ultimi anni abbiamo imparato a considerare fondamentali è la capacità del produttore di accompagnarci nell'evoluzione normativa. Penso, ad esempio, all'entrata in vigore dell'AFIR e all'implementazione del plug and charge: poter contare su un produttore pronto a supportarti e ad abilitare nuove funzionalità anche su colonnine già installate è un elemento decisivo. A questo si aggiunge ovviamente l'affidabilità, che diamo un po' per scontata, ma che resta alla base di tutto. Il nostro team di assistenza deve poter contare su interlocutori pronti a rispondere in modo rapido ed efficace. Inoltre, partecipando a diversi bandi, è importante che i produttori siano disponibili a integrare funzionalità specifiche richieste nei capitolati, un aspetto che può fare la differenza in fase di gara».

Dal punto di vista dell'esperienza utente, quale tecnologia oggi è davvero in grado di semplificare la ricarica, soprattutto per chi si avvicina per la prima volta all'elettrico?

«Il Plug & Charge è sicuramente una feature molto interessante, ma credo che non siamo ancora completamente pronti, né dal lato infrastrutture né dal lato veicoli, per offrire un'esperienza davvero uniforme e priva di attriti. Al di là delle tecnologie, però, siamo convinti che il vero fattore chiave sia mettere la colonnina giusta nel posto giusto. Non esiste una tecnologia giusta o sbagliata in assoluto: diventa sbagliata se è collocata nel contesto sbagliato. Se un'auto resta parcheggiata due o tre ore, serve un certo tipo di ricarica; se si tratta di una sosta di venti minuti in autostrada o di un rabbocco veloce mentre si beve un caffè in un centro commerciale, servono potenze diverse. Anche una sosta di quaranta minuti richiede soluzioni intermedie, come una 50 kW. Questo approccio, basato sull'analisi della location e delle esigenze reali dell'utente, rimane secondo me il più efficace nello sviluppo di una rete. È un principio che sembra scontato, ma continua a essere il timone da seguire quando si progettano infrastrutture di ricarica».

Il recente allentamento degli obiettivi sul phase-out dell'endotermico al 2035 ha cambiato in qualche modo l'approccio al mercato oppure la direzione resta comunque tracciata?

«Personalmente non credo che la direzione di fondo cambi. Guardando i numeri, anche con obiettivi meno stringenti si arriverà comunque a una forte elettrificazione. L'impressione è che questa revisione sia stata, almeno in parte, una risposta politica a una pressione ideologica, più che un vero cambio di rotta industriale. Detto questo, un aspetto positivo potrebbe essere proprio l'aver disinnescato una contrapposizione ideologica, spostando il dibattito su un piano più pragmatico. Il fatto di non percepire più l'elettrico come un'imposizione potrebbe persino giocare a suo favore. Inoltre, se guardiamo a mercati come Germania, Francia o Olanda, l'elettrico è ormai una tecnologia matura, che non ha più bisogno di paletti così rigidi per affermarsi. A un certo punto è giusto che il regolatore dia la direzione, ma poi sia il mercato a decidere. Le flotte, in particolare, stanno già andando in una direzione molto chiara e difficilmente reversibile. L'elettrico rimane, nei fatti, l'alternativa principale».

