

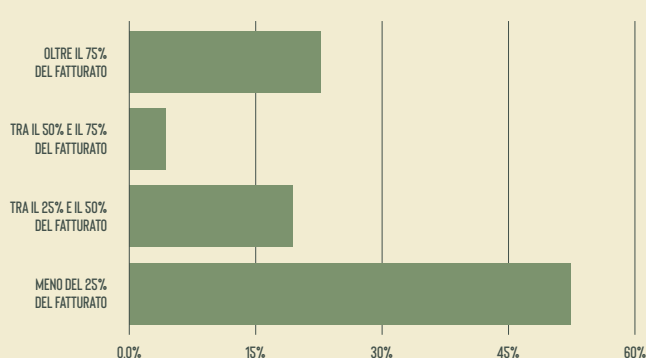


Sondaggio installatori: supporto e formazione sono le priorità

PARLANO I PROFESSIONISTI: IL LORO PUNTO DI VISTA SUL MERCATO, SULLE VENDITE, SULLA SCELTA DEI PRODOTTI E DEI FORNITORI LA SECONDA EDIZIONE DEL SONDAGGIO "EV-CHARGER: LA SITUAZIONE DEL MERCATO" REALIZZATO DA E-RICARICA FOTOGRAFA UNO SCENARIO IN CUI URGE LA NECESSITÀ DI RAFFORZARE LA FILIERA, ATTRAVERSO ATTIVITÀ DI FORMAZIONE PIÙ MIRATE E UN QUADRO REGOLATORIO PIÙ FAVOREVOLE ALLA TRANSIZIONE, OLTRE A TARIFFE PIÙ CONVENIENTI E UNA MAGGIORE CULTURA DELL'ELETTRICO

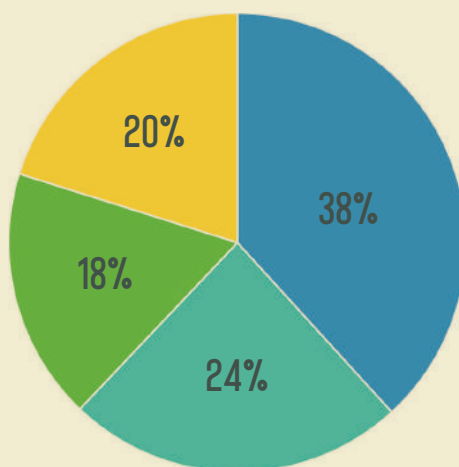
L'ambito domestico, ma soprattutto i contesti aziendali sono i segmenti che stanno trainando le installazioni e che si confermano in crescita. Supporto post vendita e facilità di installazione sono elementi determinanti nella scelta dei propri partner commerciali, mentre tariffe pubbliche e cultura dell'elettrico sono aspetti su cui c'è ancora molto da lavorare. Questi sono solo alcuni dei macro trend emersi dalla seconda edizione del sondaggio realizzato da E-Ricarica "Ev-charger: la situazione del mercato" che ha coinvolto installatori e professionisti attivi nel settore della mobilità elettrica con l'obiettivo di analizzare lo stato del mercato delle infrastrutture di ricarica, il rapporto con la filiera e le prospettive di sviluppo nel breve e medio periodo. All'indagine hanno partecipato oltre

1. QUANTO INCIDE LA MOBILITÀ ELETTRICA SUL SUO BUSINESS?



40 operatori, rappresentativi di un segmento che svolge un ruolo cruciale nella diffusione dell'e-mobility sul territorio. I risultati restituiscono un quadro articolato, in cui segnali di crescita convivono con elementi di incertezza e criticità strutturali. Il primo dato rilevante riguarda il peso effettivo della mobilità elettrica nel business degli installatori. Per oltre la metà dei rispondenti (52,5%) l'e-mobility incide oggi per meno del 25% del fatturato, confermando come, per molti operatori, le infrastrutture di ricarica rappresentino ancora un'attività complementare. Tuttavia, emerge anche un nucleo significativo di aziende già fortemente specializzate: il 22,5% dichiara che la mobilità elettrica pesa per oltre il 75% sul fatturato, mentre un ulteriore 20% si colloca nella fascia compresa tra il 25% e il 50%. Questa polarizzazione suggerisce un mercato in cui la maturità non è uniforme e dipende fortemente dal posizionamento strategico delle singole realtà. Dal punto di vista dei segmenti di mercato, il residenziale e il privato continuano a rappresentare una componente centrale del business, insieme alle aziende e agli esercizi commerciali dotati di infrastrutture private. I dati mostrano come una quota rilevante degli installatori operi in modo prevalente in questi ambiti, mentre risulta più contenuto il peso delle infrastrutture pubbliche e degli interventi per la pubblica amministrazione. Un elemento che trova riscontro anche nella valutazione dell'andamento della domanda: nel segmento privato/residenziale, oltre il 55% degli operatori segnala una crescita, prevalen-

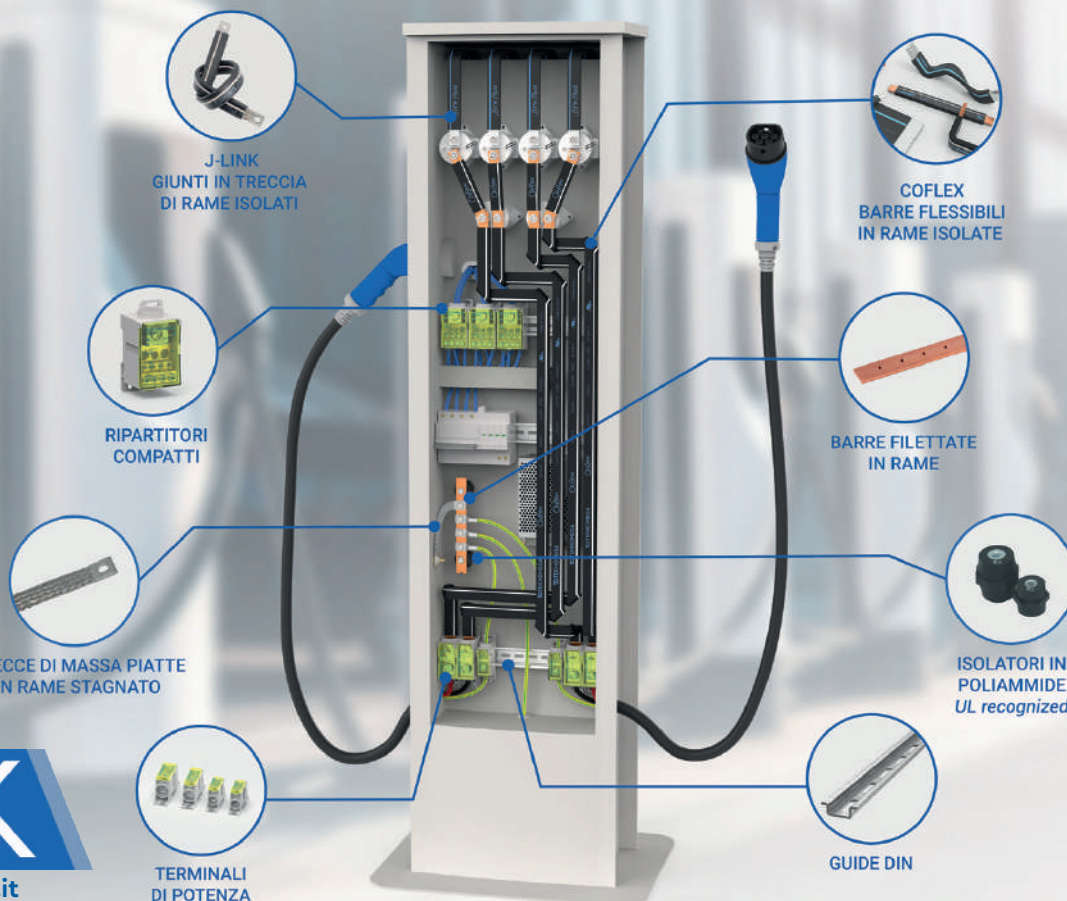
2. COME È DISTRIBUITO IL VOSTRO BUSINESS IN PERCENTUALE TRA QUESTI SEGMENTI DI MERCATO?



- PRIVATO/RESIDENZIALE
- AZIENDE CON INFRASTRUTTURE PRIVATE
- AZIENDE CON INFRASTRUTTURE PUBBLICHE
- COMUNI/PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

COMPONENTI PER COLONNINE DI RICARICA

**TEKNO
MEGA**
Evolving together



SAREMO
PRESENTI A KEY
4 - 6 MARZO 2026
HALL C3
STAND 121



www.teknomega.it

temente moderata, rispetto all'anno precedente. Percentuali analoghe si riscontrano per le aziende con infrastrutture private, dove la domanda viene giudicata in aumento dal 52,7% dei rispondenti. Diverso il quadro per il settore pubblico. Nel caso delle infrastrutture di ricarica pubbliche e dei Comuni, la quota di chi percepisce una crescita significativa si riduce, mentre aumenta il numero di operatori che descrive una domanda sostanzialmente stabile o in lieve calo. In particolare, nel segmento della pubblica amministrazione, oltre un quarto degli installatori indica una contrazione della domanda, un dato che evidenzia come i processi decisionali, i vincoli di bilancio e le complessità procedurali continuino a rappresentare un freno allo sviluppo.

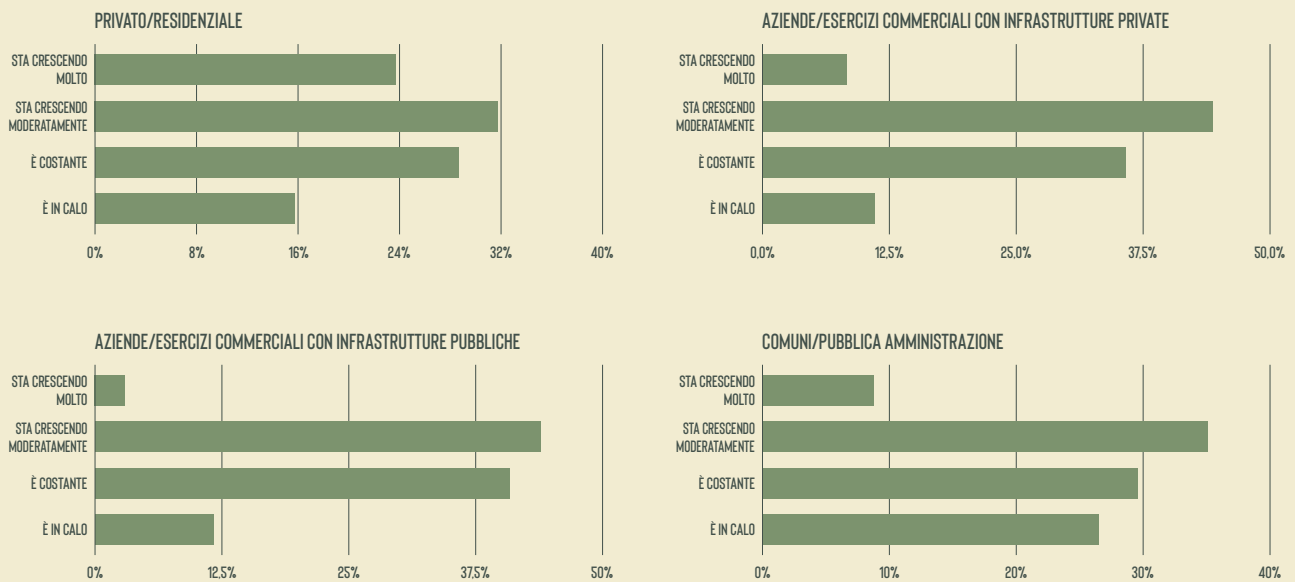
Competenze, prezzi e diffusione come nodi critici

Le valutazioni espresse sugli elementi strut-

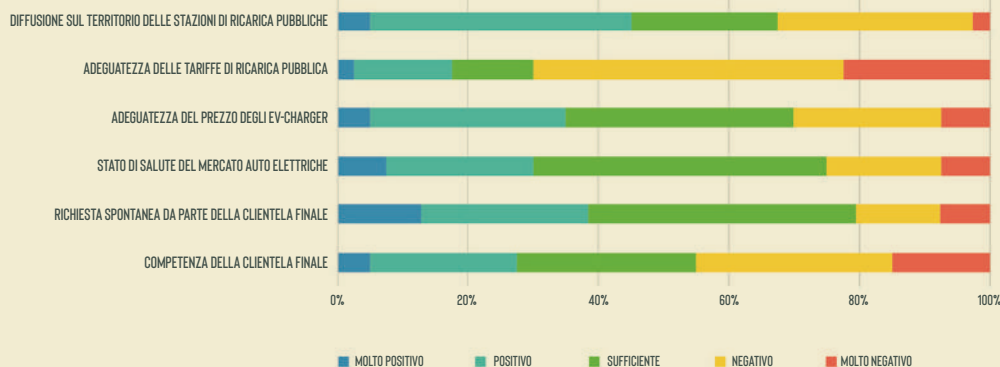
turali del mercato aiutano a comprendere meglio queste dinamiche. La competenza della clientela finale viene giudicata positivamente o sufficiente dal 55% circa dei rispondenti, ma resta una quota non trascurabile di valutazioni negative, a conferma di come il livello di consapevolezza sull'e-mobility non sia ancora omogeneo. Ancora più prudente è il giudizio sulla richiesta spontanea da parte dei clienti finali, che ottiene una media ponderata inferiore rispetto ad altri fattori e segnala una domanda che necessita spesso di essere stimolata e accompagnata. Lo stato di salute del mercato delle auto elettriche viene valutato in modo interlocutorio: il 45% degli installatori lo giudica "sufficiente", mentre circa il 25% esprime una valutazione negativa. Un segnale che riflette le incertezze legate al costo dei veicoli, alla discontinuità degli incentivi e alle oscillazioni del quadro normativo. Particolarmente critici risultano invece due aspetti chiave per

la diffusione dell'e-mobility: l'adeguatezza delle tariffe per la ricarica pubblica e la diffusione territoriale delle stazioni. Nel primo caso, oltre il 70% dei rispondenti esprime un giudizio negativo o molto negativo; nel secondo, più del 50% segnala una diffusione insufficiente, evidenziando un gap infrastrutturale che limita la fiducia degli utenti finali. Queste criticità si riflettono anche nelle priorità indicate nella scelta dei fornitori di wall box e colonnine. Il rapporto qualità/prezzo è considerato "molto importante" dal 46% degli installatori, seguito dal servizio di assistenza pre e post vendita, che ottiene valutazioni elevate da oltre il 75% dei rispondenti. La facilità di installazione si conferma un fattore determinante, mentre elementi come il design del prodotto e la notorietà del brand risultano marginali. Il dato sottolinea un approccio fortemente pragmatico, orientato all'efficienza operativa e alla riduzione dei costi indiretti.

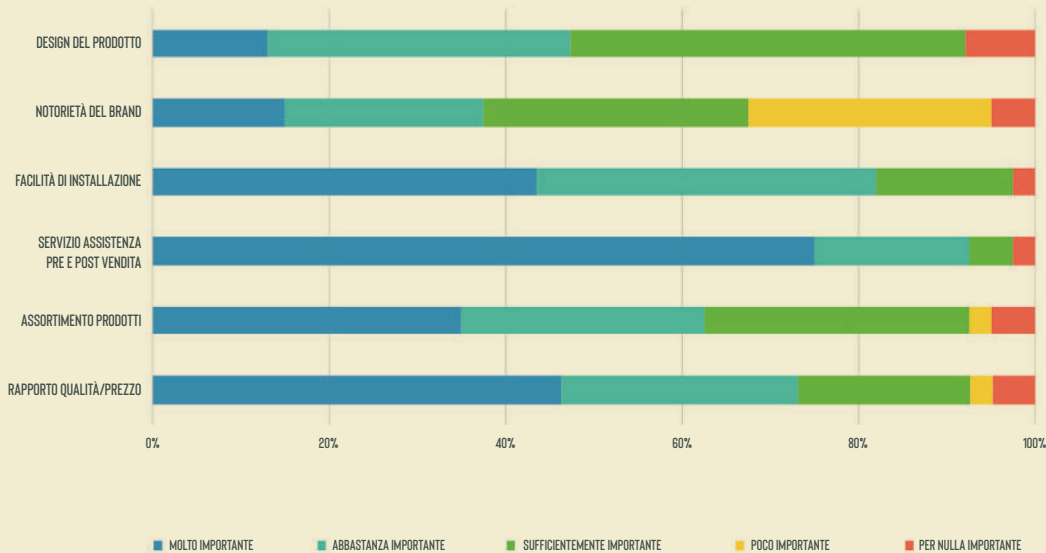
3. COME VALUTA LA DOMANDA DI STAZIONI DI RICARICA RISPETTO ALLO SCORSO ANNO IN BASE ALLA TIPOLOGIA DI TARGET?



4. COME VALUTA I SEGUENTI FATTORI DEL MERCATO DEGLI EV CHARGER?



5. PER LA VOSTRA SOCIETÀ, NELLA SCELTA DEL FORNITORE DI WALL BOX E COLONNINE, QUANTO SONO IMPORTANTI I SEGUENTI FATTORI?



RESIDENZIALE
COMMERCIALE

AZZURRO
ZCS

SISTEMI FOTOVOLTAICI INTELLIGENTI
PER LA TUA INDIPENDENZA ENERGETICA



STAZIONI DI RICARICA

Residenziale **Commerciale**

- » Disponibile in tre modelli: 7, 11 e 22 Kw
- » Compatibili con tutti i veicoli elettrici
- » Ricarica FV a zero emissioni
- » Installazione e riparazione semplici
- » Controllo intelligente via App

KEY THE ENERGY TRANSITION EXPO

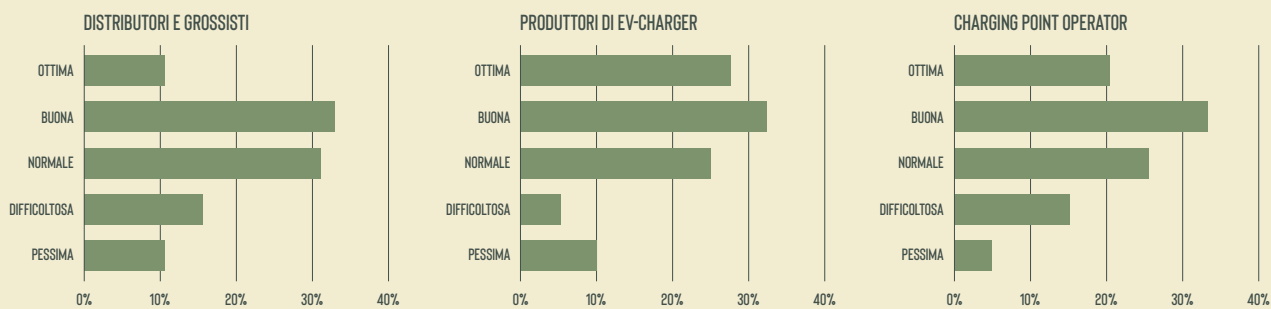
26

4 → 6 MARCH 2026 RIMINI EXPO CENTRE ITALY

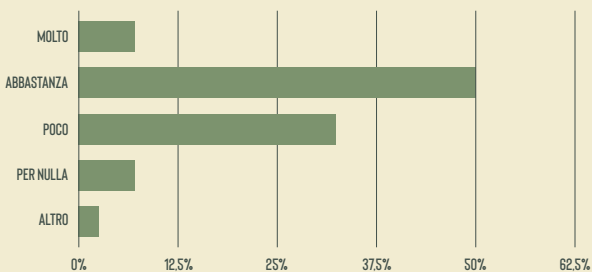
ZUCCHETTI Centro Sistemi

PADIGLIONE D3 STAND 300

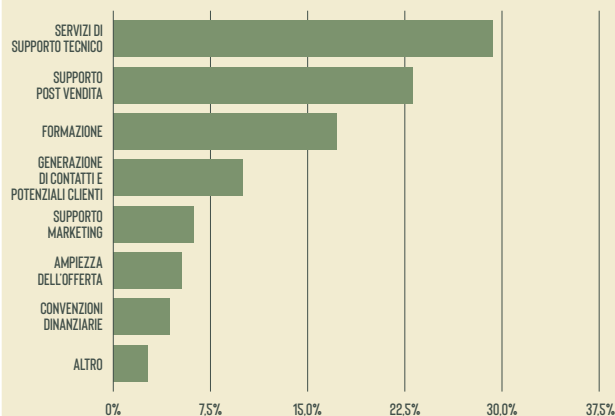
6. COME GIUDICATE LA COLLABORAZIONE CON I VOSTRI PRINCIPALI PARTNER PER LA FORNITURA DI PRODOTTI E SERVIZI DI RICARICA?



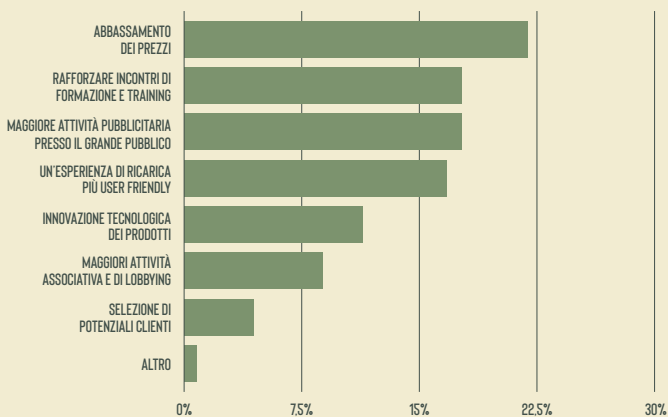
7. SIETE SODDISFATTI DELLE ATTIVITÀ DI FORMAZIONE IN CUI VENITE COINVOLTI?



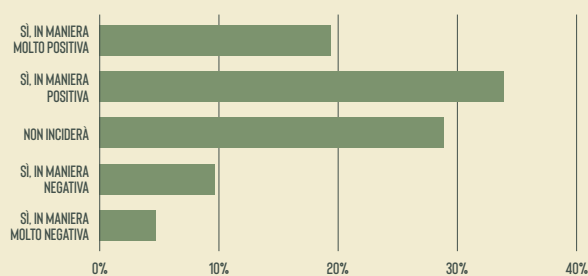
8. QUALI SONO I SERVIZI CHE RITIENE PIÙ IMPORTANTI TRA QUELLI OFFERTI DAL PRODUTTORE/DISTRIBUTORE?



9. IN CHE MODO I PRODUTTORI/DISTRIBUTORI DOVREBBERO SOSTENERE LA CRESCITA DEL MERCATO E QUINDI IL LAVORO DEGLI INSTALLATORI?



10. L'ABOLIZIONE DELLO STOP ALLA PRODUZIONE DI MOTORI ENDOTERMICI ENTRO IL 2035 INFLUIRÀ SULLO SVILUPPO DELLA MOBILITÀ ELETTRICA?



Filiera, formazione e prospettive di sviluppo

Il rapporto con i principali attori della filiera viene giudicato complessivamente discreto, ma non privo di criticità. La collaborazione con distributori e grossisti ottiene una valutazione media che si colloca tra "buona" e "normale", mentre quella con i produttori di EV charger e con i Charging Point Operator evidenzia una maggiore frammentazione delle opinioni, con una quota significativa di giudizi che segnalano difficoltà operative. Questo dato suggerisce la necessità di rafforzare il coordinamento lungo la catena del valore, migliorando comunicazione, supporto tecnico e integrazione dei servizi. La formazione emerge come uno dei temi più

sensibili. Sebbene il 57,5% degli installatori si dichiara "molto" o "abbastanza" soddisfatto delle attività formative, oltre il 40% esprime un giudizio poco o per nulla positivo. Non a caso, tra i servizi ritenuti più importanti da parte di produttori e distributori figurano il supporto tecnico (29,6% delle preferenze), il post-vendita (23,1%) e la formazione (17,6%). Analogamente, quando si chiede come sostenere la crescita del mercato, gli installatori indicano come priorità l'abbassamento dei prezzi (22,1%), il rafforzamento delle attività formative (17,7%) e una maggiore comunicazione verso il grande pubblico sui vantaggi dell'auto elettrica (17,7%). Infine, rispetto alle prospettive future, l'eventuale revisione dello stop alla produzione di

motori endotermici entro il 2035 viene percepita in modo non univoco: il 53,6% ritiene che potrebbe avere un impatto positivo o molto positivo sul mercato, mentre quasi il 30% ritiene che non inciderà in modo significativo. Un segnale che conferma come, per gli operatori, la stabilità normativa conti almeno quanto l'ambizione degli obiettivi. Nel complesso, il sondaggio restituisce l'immagine di un settore in trasformazione, in cui le infrastrutture di ricarica rappresentano una leva strategica ancora parzialmente inespressa. Gli installatori chiedono maggiore continuità, supporto e visione di lungo periodo: elementi indispensabili per trasformare la crescita potenziale dell'e-mobility in uno sviluppo strutturato e sostenibile. ER