

Da colonnina a sistema energetico: le nuove sfide dell'ev-charging per le flotte

DALLA GESTIONE DELL'ENERGIA ALLA SCALABILITÀ DEGLI IMPIANTI, PASSANDO PER SOFTWARE, SERVIZI E CONSULENZA: L'ELETTRIFICAZIONE DELLE FLOTTE STA MODIFICANDO ESIGENZE E STRATEGIE DELLE AZIENDE E, DI CONSEGUENZA, ANCHE L'OFFERTA DEI PRODUTTORI DI INFRASTRUTTURE. ALCUNI TRA I PRINCIPALI PROTAGONISTI DEL SETTORE SI CONFRONTANO SULLE OPPORTUNITÀ E SULLE CRITICITÀ LEGATE ALLO SVILUPPO DELLA RICARICA PER LE FLOTTE

L'elettrificazione delle flotte rappresenta oggi uno dei segmenti più dinamici per il mercato della ricarica, con esigenze che vanno ben oltre la semplice installazione delle colonnine. La progettazione dell'infrastruttura deve tenere conto dei profili di utilizzo dei veicoli, della potenza disponibile, della gestione dei carichi, dell'eventuale integrazione con fotovoltaico e sistemi di accumulo e della possibilità di ampliare nel tempo il sistema. Per i produttori questo significa assumere sempre più un ruolo consulenziale, accompagnando le aziende nella definizione di soluzioni proporzionate alle reali necessità e sostenibili anche dal punto di vista economico. Un'esigenza particolarmente rilevante per le PMI, che spesso dispongono di flotte più contenute e di competenze interne limitate. A discutere di questi temi nella nostra tavola rotonda sono intervenuti Gerald Avondo, Head of Product and Services E-Mobility di Scame; Mattia De Lorenzo, Sales Project Manager Italia, segmento Fleet Bus & Truck, di Kempower; Francesco Dalpasso, Project Manager dell'Osservatorio Smart Mobility della School of Management del Politecnico di Milano; Laura Echino, presidente di AIAGA; Stefano Lucini, Marketing Manager di Orbis; Ezio Palilla, Head of Sales E-Mobility di Siemens Italia e Davide Spazian, direttore Commerciale Italia EV Charger di Ingeteam, mettendo a confronto esperienze, strategie e prospettive su un segmento destinato ad avere un peso crescente nello sviluppo della mobilità elettrica.

La ricarica per le flotte rappresenta oggi il segmento più dinamico del mercato. Quali sono le opportunità che i produttori stanno cogliendo e quali applicazioni stanno trainando maggiormente la domanda?

Gerald Avondo, Head of Product and Services E-Mobility di Scame: «I dati sulle immatricolazioni mostrano quanto le flotte aziendali possano rappresentare un importante volano per l'elettrificazione, anche perché permettono a un numero crescente di utilizzatori di prendere confidenza con l'auto elettrica e superare dubbi su autonomia e ricarica. Per noi l'opportunità è accompagnare le aziende lungo l'intero ciclo di vita dell'infrastruttura, non solo con hardware, ma anche con software e servizi post-vendita. La colonnina deve essere integrata nei processi e nelle policy aziendali e questo richiede di conoscere le esigenze delle diverse funzioni. Un altro tema centrale è la gestione dell'energia: prima di aumentare la potenza disponibile, è possibile ridurre molte inefficienze ottimizzando quella già presente. Questo significa valutare la ricarica insieme agli altri carichi dell'azienda e utilizzare strumenti di gestione capaci di distribuire la potenza in funzione delle priorità».

Questo scenario in continua e rapida evoluzione ha già avuto un impatto reale sul vostro business?

Davide Spazian, direttore Commerciale Italia

EV Charger di Ingeteam: «Il mercato sta crescendo, anche se finora a un ritmo graduale. Le prime accelerazioni arrivano da iniziative mirate all'elettrificazione delle flotte, un segmento interessante anche considerando che il 46% delle nuove immatricolazioni è riconducibile alle (flotte) auto aziendali. Politiche ESG e maggiore attenzione delle aziende stanno favorendo il processo, ma la media industria, che costituisce una parte importante del tessuto produttivo europeo, si avvicina con maggiore cautela. Le tecnologie sono disponibili e cresce la sensibilità. Per i produttori questo significa assumere un ruolo più consulenziale: una flotta elettrica introduce nuovi carichi in impianti progettati per la produzione e un dimensionamento non corretto può far crescere molto l'investimento. Occorre quindi partire dai fabbisogni reali e valutare l'infrastruttura nel suo insieme, evitando di sovradimensionare la potenza quando non è necessaria».

Ezio Palilla, Head of Sales E-Mobility di Siemens Italia: «I tema comune è la gestione dell'energia e la necessità di un approccio complessivo. Stiamo quindi assumendo un ruolo sempre più consulenziale, supportato da strumenti che permettono di integrare smart building, consumi aziendali e piattaforme software. Non si tratta più di installare colonnine, ma di inserirle in un progetto energetico più ampio. In Siemens abbiamo elettrificato la car policy e nella sede di Milano realizzato un parcheggio con 120 punti di ricarica e un impianto fotovoltaico da 500 kWp. È un'esperienza che portiamo sul mercato e che ci consente di confrontarci direttamente con le problematiche di gestione dell'energia, della ricarica e dell'integrazione con l'edificio. Le aziende stanno inoltre passando da una logica quantitativa a una maggiore progettualità: conta definire un'infrastruttura coerente con le esigenze attuali e future».

Abbiamo parlato soprattutto di grandi aziende e flotte strutturate. Ma il tessuto produttivo italiano è composto in larga parte da PMI, spesso con flotte molto più contenute. Quali esigenze e criticità emergono in questi casi?

Stefano Lucini, Marketing Manager di Orbis: «Le opportunità riguardano aziende molto diverse, dalle grandi realtà alle PMI con quattro o cinque vetture elettriche. In queste ultime il ruolo consulenziale è fondamentale, perché acquisto dell'auto e installazione della colonnina sono spesso considerati il punto di arrivo, mentre sono solo l'inizio. Bisogna capire come gestire la flotta e valorizzare anche l'energia autoprodotta. Un'altra criticità è la potenza disponibile: gli interventi sull'infrastruttura elettrica possono costare più delle stesse stazioni di ricarica. Per questo il progetto deve tenere conto della crescita futura. Servono inoltre software per monitorare ricariche e consumi e dimensionare correttamente le soluzioni: per furgoni utilizzati durante la giornata può essere utile affiancare alla ricarica AC anche la DC».

Ci siamo soffermati sulla necessità di considerare l'elettrificazione anche come uno strumento per tenere sotto controllo i costi aziendali. Qual è l'esperienza di Kempower, considerando il forte focus sulle flotte di truck, bus e mezzi d'opera, ma anche il crescente interesse per i veicoli più leggeri?

Mattia De Lorenzo, Sales Project Manager Italia, segmento Fleet Bus & Truck, di Kempower: «La nostra esperienza nasce dalle flotte di autobus, camion e mezzi d'opera e si è poi estesa a furgoni e auto aziendali. Il costo dell'energia è un elemento centrale e va valorizzato maggiormente come leva per il controllo dei costi. Vediamo una crescente richiesta di supporto progettuale, ma anche clienti più consapevoli, con esigenze che riguardano sia il business sia la gestione delle risorse umane: la ricarica può diventare anche un elemento di attrattività e retention. Le esigenze possono inoltre cambiare nel corso della giornata e in funzione del tipo di veicolo. Sul piano infrastrutturale è importante la flessibilità: la stessa postazione può essere utilizzata con potenze diverse in funzione delle necessità, ottimizzando l'asset e adattandolo sia alle esigenze operative sia a quelle temporanee. Questo permette di utilizzare meglio l'infrastruttura senza legarla a un'unica tipologia di veicolo o a un solo profilo di utilizzo».

Dal lato di chi gestisce direttamente le flotte, quali sono invece i principali fattori che oggi possono accelerare o rallentare l'elettrificazione?

Laura Echino, presidente di AIAGA: «Il potenziale è elevato, ma la fiscalità incide concretamente sulle decisioni dei fleet manager. Le



I protagonisti del dibattito


GERALD AVONDO
Head of Product and Services E-Mobility di **Scame**


DAVIDE SPAZIAN
Direttore Commerciale Italia EV Charger di **Ingeteam**


EZIO PALILLA
Head of Sales E-Mobility di **Siemens Italia**


STEFANO LUCINI
Marketing Manager di **Orbis**


MATTIA DE LORENZO
Sales Project Manager Italia, segmento Fleet Bus & Truck, di **Kempower**


LAURA ECHINO
presidente di **AIAGA**


FRANCESCO DALPASSO
Project Manager dell'Osservatorio Smart Mobility della School of Management del **Politecnico di Milano**

«Il produttore deve essere informato su cybersecurity, gestione degli spazi e della potenza, integrazione con il fotovoltaico e fiscalità della ricarica. L'obiettivo è mettere queste competenze a disposizione del cliente e tutelare l'investimento nel tempo»

Gerald Avondo (Scame)





«Nel mondo dei truck l'evoluzione tecnologica è molto rapida: aspettare continuamente la novità successiva può diventare un motivo per non investire. È più utile concentrarsi sulle esigenze attuali e sulle soluzioni disponibili»

Mattia De Lorenzo (Kempower)



modifiche al fringe benefit in funzione della motorizzazione hanno già orientato la composizione delle flotte e anche l'IVA detraibile rimane un elemento rilevante. Nelle PMI la gestione è spesso affidata ad acquisti, servizi generali o direttamente all'imprenditore, che non sempre possiedono competenze specifiche. Per questo produttori e filiera devono saper dialogare con le diverse funzioni aziendali. Come AIAGA lavoriamo sulla formazione, perché persistono dubbi su autonomia, infrastrutture e idoneità dell'auto elettrica per chi percorre molti chilometri. La sostenibilità può accelerare il processo, ma servono competenze e una maggiore capacità di leggere la mobilità elettrica come parte del sistema aziendale. Anche per questo il fleet manager deve poter contare su interlocutori capaci di fornire informazioni tecniche e fiscali coerenti».

Abbiamo sottolineato l'importanza delle PMI e della necessità di sviluppare competenze all'interno delle aziende. Come è cambiato, di conseguenza, l'approccio al mercato?

Gerald Avondo: «Tutto parte dalla consapevolezza. Il progetto coinvolge CEO, fleet manager, HR, IT, facility ed energy manager e il rischio è che la responsabilità finisca su una sola funzione. Per questo Scame investe nella divulgazione, affrontando con le aziende anche fiscalità e gestione della flotta. Il produttore deve essere informato su cybersecurity, gestione degli spazi e della potenza, integrazione con il fotovoltaico e fiscalità della ricarica. L'obiettivo è mettere queste competenze a disposizione del cliente e tutelare l'investimento nel tempo. Installare una colonnina è la parte più semplice; la vera sfida è progettare un sistema scalabile e integrato con l'organizzazione aziendale. Per questo l'azienda costruttrice deve essere in grado di parlare con funzioni diverse e accompagnare il cliente anche nelle scelte che riguardano energia, sicurezza e gestione nel tempo».

Davide Spazian: «L'obiettivo è costruire un rapporto di fiducia con l'investitore e utilizzare anche i canali attraverso i quali l'azienda acquista tecnologia e servizi. Per Ingeteam questo significa valorizzare la rete degli installatori, che può proporre sistemi integrati tra fotovoltaico, storage e ricarica. L'installatore conosce il territorio e spesso segue già manutenzione e infrastruttura elettrica, quindi può diventare un interlocutore naturale anche per il dimensionamento energetico della flotta aziendale. Noi lavoriamo direttamente e attraverso distributori e installatori per superare la logica della singola colonnina e ragionare sull'intero sistema energetico. Fotovoltaico, accumulo, efficienza e ricarica possono essere progettati insieme. In questo modo la flotta diventa una nuova componente dei consumi aziendali e può essere inserita in una strategia energetica complessiva, anziché essere trattata come un progetto separato».

Un altro elemento centrale è la scalabilità dell'infrastruttura. Come state affrontando la necessità di progettare sistemi capaci di accompagnare la crescita delle flotte, considerando che oggi l'elettrico rappresenta ancora una quota limitata?

Ezio Palilla: «La scalabilità è centrale perché Siemens opera sull'intera infrastruttura elettrica, dalla media tensione alla ricarica. Ma è altrettanto importante la formazione: stiamo rafforzando la collaborazione con i noleggiatori a lungo termine, che possono contribuire a diffondere cultura e competenze. Anche i test drive rivolti ai dipendenti aiutano a modificare la percezione della tecnologia. Mettiamo inoltre a disposizione dei clienti spazi come EngageX per conoscere strumenti e soluzioni di gestione energetica. La ricarica deve integrarsi con building e sistema energetico aziendale. L'esperienza maturata nei depositi di autobus, con oltre 20 depositi elettrificati in Italia e più di 800 punti ad alta potenza, è trasferibile anche a logistica e flotte».

Quanto è importante, invece, il canale della distribuzione elettrica nel portare queste

Francesco Dal Passo (Polimi): «Le flotte possono accelerare la transizione»



La fotografia tracciata da Francesco Dalpasso, del gruppo Energy & Strategy del Politecnico di Milano, parte dall'evoluzione del mercato europeo dell'auto elettrica e arriva al ruolo che le flotte aziendali possono svolgere nell'accelerare la transizione. Nel 2025 la quota delle auto elettriche sulle nuove immatricolazioni ha raggiunto il 27% in Europa e il 13% in Italia, mentre nella prima metà del 2026 è salita rispettivamente al 30% e al 17,5%. Il segnale è positivo ma bisogna fare di più. Secondo Dalpasso, il segmento corporate presenta caratteristiche che lo rendono particolarmente rilevante per gli obiettivi di decarbonizzazione: «Le auto elettriche in uso promiscuo hanno percorrenze annue molto superiori alle auto private: abbiamo raccolto il dato di 30.000 chilometri annuali contro i 10.000 della media nazionale. Questo significa che sostituire un'auto corporate con un'auto elettrica ha un beneficio molto maggiore rispetto a sostituire un'auto privata». Un ulteriore elemento è rappresentato dalla velocità di rinnovo delle flotte. Nelle grandi aziende coinvolte nella survey realizzata con Ipsos Doxa, il tempo medio di permanenza delle vetture in flotta è di circa 2 anni. Un ricambio rapido che, secondo Dalpasso, può contribuire anche alla diffusione dell'elettrico sul mercato dell'usato. La survey, condotta su circa 290 imprese italiane, evidenzia comunque un percorso ancora in evoluzione: il 73% delle vetture in flotta è a benzina o diesel, mentre il 25% è rappresentato da auto elettriche. Nelle grandi imprese la quota sale al 27%. «Il 44% delle aziende che abbiamo intervistato ha immatricolato zero auto BEV nel 2025. Un segnale positivo è però rappresentato dal 30% delle grandi aziende che ha immatricolato almeno il 26% di auto BEV nel 2025, anche se siamo ancora lontani dal target del 45% proposto a livello europeo con il Pacchetto Automotive». Tra i principali driver dell'elettrificazione emergono fattori operativi, disponibilità di ricarica aziendale e convenienza economica. L'80% delle imprese che già dispone di veicoli elettrici offre una ricarica in sede, mentre tra quelle che ne sono prive emergono soprattutto problemi di potenza disponibile e costi di connessione. «Per l'azienda i conti devono tornare», sottolinea Dalpasso. Un aspetto confermato dal fatto che il 60% delle imprese con auto elettriche in flotta dichiara di aver riscontrato benefici economici dall'utilizzo dell'auto elettrica. Resta invece più complesso il tema della ricarica domestica: il 46% delle aziende non prevede alcun rimborso per l'energia utilizzata dai dipendenti.

soluzioni sul mercato e accompagnare i clienti, soprattutto quelli meno strutturati?
Stefano Lucini: «Per Orbis la distribuzione elettrica è un punto di contatto importante. Il distributore è spesso il primo interlocutore dell'azienda che deve affrontare un progetto senza avere tutte le competenze necessarie e può rivolgersi al produttore per impostare l'impianto e individuare le soluzioni. Il nostro ruolo non è quindi solo fornire il prodotto, ma offrire supporto consulenziale e commerciale. Una soluzione tecnica deve essere accompagnata da un servizio che segua il cliente nelle diverse fasi e, quando necessario, anche da competenze amministrative e fiscali. L'obiettivo è colmare il vuoto di competenze che può frenare soprattutto le realtà meno strutturate».

Come cambia questo approccio quando vi confrontate con realtà che hanno esigenze più specifiche, come le flotte di truck o le aziende che gestiscono autobus elettrici?
Mattia De Lorenzo: «Il nostro approccio è prevalentemente diretto: mantenere il contatto con l'azienda permette di raccogliere esigenze senza filtri e trasformarle in una progettualità su misura, dal dimensionamento alla soluzione. È un confronto impegnativo, ma consente di evitare che informazioni tecniche e operative vengano disperse tra diversi interlocutori. La nostra esperienza nasce dalla ricarica di veicoli pesanti, dove le esigenze operative sono articolate, e può essere trasferita alle flotte leggere. In alcuni depositi di autobus la stessa infrastruttura può essere utilizzata anche per le auto aziendali, ottimizzando gli asset e distribuendo il costo su più veicoli. È un modo per rendere sostenibile il business case anche per mezzi inizialmente non compresi nel progetto e per aumentare nel tempo il tasso di utilizzo degli asset già installati».

In questi anni l'evoluzione delle esigenze delle flotte ha cambiato anche l'offerta dei produttori di infrastrutture? Come si è trasformata, in particolare, la proposta?
Gerald Avondo: «Scame può guardare a oltre 15 anni di evoluzione del mercato, dalla prima colonnina realizzata nel 2010. Abbiamo seguito la trasformazione delle esigenze e delle tecnologie, ma negli ultimi anni il quadro regolatorio è evoluto rapidamente. Da un lato ci sono le richieste del mercato, dall'altro norme e requisiti che indirizzano lo sviluppo imponendo standard e funzionalità. Per il produttore significa recepire continuamente questi cambiamenti, mantenendo però il focus sulle esigenze concrete degli utilizzatori. Il mercato e la normativa procedono quindi insieme e richiedono capacità di adattamento senza perdere di vista la funzionalità delle soluzioni».

«Il primo ostacolo resta culturale. Se l'azienda non considera l'elettrico un'opzione, è difficile avviare il percorso. Nelle realtà strutturate viene spesso chiesto un business plan basato su percorrenze, consumi, disponibilità di energia e fotovoltaico, con un orizzonte di circa quattro anni»

Stefano Lucini (Orbis)



È possibile identificare una fascia di prodotto particolarmente adatta alle flotte oppure la varietà delle esigenze porta a coinvolgere sostanzialmente tutta la gamma?
Davide Spazian: «La flotta va dai veicoli leggeri ai mezzi pesanti, quindi non esiste una singola fascia. Soluzioni nate per l'ambito pubblico stanno entrando anche nelle aziende e cresce l'interesse per l'elettrificazione dei truck anche nelle medie imprese. Una gamma ampia e integrata permette di ampliare progressivamente l'infrastruttura seguendo la crescita della flotta. In Ingeteam abbiamo visto aumentare nel tempo la domanda di DC, da potenze contenute a soluzioni sempre più rilevanti. Cresce inoltre l'attenzione alla rendicontazione dell'energia destinata alla ricarica e alla sua integrazione con quella prodotta dal fotovoltaico: la ricarica entra così in un sistema energetico più ampio».
Ezio Palilla: «Aggiungerei il tema della conformità allo standard ISO 15118-20. I produttori di infrastrutture si sono adeguati, mentre oggi la criticità riguarda maggiormente il lato automotive, dove non sempre troviamo lo stesso livello di prontezza. Siemens ha concentrato il portafoglio sulla DC, con soluzioni da 160 kW a 1,7 MW, con particolare attenzione a logistica e truck. L'infrastruttura è però solo un fattore abilitante: software per sessioni, autenticazione e contabilizzazione devono integrarsi in un ecosistema più ampio. La direzione è quella di un sistema funzionale completo, soprattutto utile alle PMI, nel quale la ricarica dialoghi con la gestione energetica e con i sistemi aziendali anziché essere considerata un elemento autonomo».

Mettendosi dalla parte dell'utente finale, cioè del dipendente che deve utilizzare l'auto elettrica, oggi l'esperienza di ricarica è sufficientemente semplice e intuitiva? Oppure, anche alla luce dell'evoluzione normativa, ci sono ancora elementi da migliorare?
Stefano Lucini: «La stazione di ricarica deve essere considerata all'interno di un sistema. Le funzionalità di base sono definite da norme e standard, mentre la differenza si gioca soprattutto su software e interfaccia. Le esigenze riguardano attribuzione dei consumi ai dipendenti, limiti di utilizzo, contabilizzazione e gestione della ricarica quando l'auto aziendale viene usata fuori sede. Tutte queste informazioni devono essere tracciate. Per i produttori rimane inoltre complesso adeguare rapidamente l'offerta a un quadro normativo che cambia, considerando che produzione e approvvigionamento dei componenti richiedono tempi lunghi».

Dal punto di vista delle flotte di truck e degli altri mezzi pesanti, quali criticità specifiche emergono nell'evoluzione dell'offerta e nella realizzazione delle infrastrutture?
Mattia De Lorenzo: «Il Plug & Charge può semplificare l'esperienza e avere un'applicazione interessante nelle flotte pesanti, anche per controllare meglio l'utilizzo dell'energia. Abbiamo inoltre completato la gamma ad alta potenza con MCS e soluzioni ibride CCS2/MCS. Ma superare i 100 kW non significa solo avere più potenza: cambiano tempi e complessità del progetto e possono servire allacciamenti, cabine e altri interventi. La scalabilità è possibile, ma autorizzazioni, connessioni e opere infrastrutturali possono incidere significativamente sulle tempistiche e vanno considerate fin dalla pianificazione. Per le aziende significa valutare non solo la potenza richiesta, ma anche tutto ciò che serve per renderla effettivamente disponibile».

Quali sono attualmente gli interlocutori principali per un'azienda che intende elettrificare la propria flotta nel momento in cui deve rinnovare il parco auto e successivamente installare un'infrastruttura di ricarica?
Francesco Dalpasso, Project Manager dell'Osservatorio Smart Mobility della School of Management del Politecnico di Milano: «Nelle



survey realizzate per lo Smart Mobility Report abbiamo rilevato una crescita del noleggio a lungo termine anche nelle aziende più piccole. Per la ricarica, invece, emergono interlocutori diversi: utility, fornitori di tecnologia, installatori di fiducia e distributori. Non esiste quindi un unico canale, ma una pluralità di soggetti in funzione delle esigenze e delle competenze interne. Questo rende ancora più importante la capacità dell'azienda di coordinare soggetti diversi e definire con chiarezza responsabilità e obiettivi del progetto».

Laura Echino: «Il noleggiatore resta importante, così come cresce il ricorso a leasing e noleggio, ma nelle piccole aziende hanno un ruolo anche i broker, che non sempre offrono una consulenza strutturata sulla transizione. Anche il rapporto con i noleggiatori è diventato più digitale e standardizzato, con il rischio di ridurre il confronto diretto con il fleet manager. Gli installatori possono invece avere un ruolo importante nelle PMI, grazie ai rapporti consolidati con le aziende e alla conoscenza degli impianti. Proprio la fiducia costruita nel tempo può facilitare l'avvio di un progetto, a condizione che l'installatore disponga delle competenze specifiche sulla ricarica».

Ezio Palilla: «Nella survey del Politecnico non viene distinta la componente utility da quella CPO, ma il dato è interessante perché spesso l'azienda cerca un interlocutore che possa delegare l'intero progetto. La scelta può dipendere dalla volontà di non affrontare direttamente investimento, progettazione e gestione. Da qui l'interesse crescente per formule chiavi in mano e per il charging as a service, già diffuso nei bus e in sviluppo anche nei truck e nella logistica».

Quali sono oggi gli ostacoli più urgenti su cui intervenire per accelerare l'elettrificazione delle flotte?

Gerald Avondo: «Partirei dall'aspetto culturale, perché l'auto elettrica rimane polarizzante. Il fleet manager deve spesso convincere il driver e servono informazioni oggettive per distinguere i dati dalle informazioni non corrette. È altrettanto importante scegliere la tecnologia in funzione dell'utilizzo: Profili diversi, richiedono soluzioni diverse. Un secondo tema è la gestione operativa della mobilità elettrica: alcune aziende affidano tutto a CPO o eMSP, con un servizio chiavi in mano che riduce la complessità, ma ne aumenta i costi. Altre preferiscono internalizzare e intervenire sugli Opex. La scelta influenza il TCO. Ricarica in sede e domestica, fotovoltaico e gestione intelligente dell'energia possono ridurre i costi rispetto ad una flotta tradizionale, ma richiedono competenze e risorse. La capacità delle aziende di governare queste leve sarà la chiave per rendere il passaggio all'elettrico vantaggioso sia in termini ambientali che economici. Scame si affianca alle aziende con un approccio consulenziale proprio per supportarle a navigare questi temi».

Rispetto alle criticità emerse finora, qual è la vostra esperienza sul campo? Ci sono aspetti sui quali vedete oggi un margine di intervento particolarmente importante?

Davide Spazian: «Dal punto di vista energetico siamo già in grado di offrire una visione integrata e rendicontare quanta energia viene destinata alla flotta. Ma oggi occorre intervenire anche sulla ricarica domestica delle auto aziendali, creando condizioni chiare per fiscalità e rimborso dell'energia. Il problema non è solo il numero di colonnine pubbliche: un dipendente può avere una wallbox a casa ma non utilizzarla per l'auto aziendale se l'energia non viene riconosciuta. Anche pagamenti e backend richiedono competenze specifiche: il produttore può fornire la tecnologia senza necessariamente diventare CPO».





Allargando lo sguardo alla ricarica fuori dall'azienda, quali sono oggi, secondo la vostra esperienza, gli elementi che possono ancora frenare l'utilizzo dell'auto elettrica nelle flotte?

Ezio Palilla: «Sulla ricarica pubblica serve soprattutto comunicazione. In Italia i punti sono ormai oltre 80mila, ma il dato è ancora poco conosciuto da fleet manager e aziende. Anche l'evoluzione dei veicoli, con architetture a 800 V e potenze crescenti, va comunicata meglio. Nel complesso gli strumenti per la ricarica fuori dall'azienda esistono già; restano criticità su tariffe e connessioni, ma non credo che oggi la rete pubblica sia il principale fattore limitante».

Stefano Lucini: «Il primo ostacolo resta culturale. Se l'azienda non considera l'elettrico un'opzione, è difficile avviare il percorso. Nelle realtà strutturate viene spesso chiesto un business plan basato su percorrenze, consumi, disponibilità di energia e fotovoltaico, con un orizzonte di circa quattro anni. Un altro aspetto sottovalutato è la gestione nel tempo: l'installazione non è il punto di arrivo, perché servono manutenzione e assistenza. Anche l'installatore deve quindi evolvere, garantendo supporto dopo la messa in servizio».

Come cambia questo approccio quando si passa alle flotte di mezzi pesanti, che hanno esigenze operative e di ricarica molto diverse rispetto alle auto aziendali?

Mattia De Lorenzo: «Per i truck bisogna partire dal veicolo e costruire il progetto infrastrutturale sulle esigenze operative. Oggi prevale la ricarica al deposito, mentre l'infrastruttura

«La direzione è quella di un sistema funzionale completo, soprattutto utile alle PMI, nel quale la ricarica dialoghi con la gestione energetica e con i sistemi aziendali anziché essere considerata un elemento autonomo».

Ezio Palilla
(Siemens Italia)





«L'obiettivo è costruire un rapporto di fiducia con l'investitore e utilizzare anche i canali attraverso i quali l'azienda acquista tecnologia e servizi. Per Ingeteam questo significa valorizzare la rete degli installatori, che può proporre sistemi integrati tra fotovoltaico, storage e ricarica»

Davide Spazian (Ingeteam)



pubblica dedicata ai camion è ancora limitata e spesso i mezzi utilizzano stalli pensati per le auto, con il rischio di occupare più posti. Anche la percezione del driver cambia dopo l'esperienza diretta del mezzo elettrico, che può risultare adatto a percorrenze elevate. Infine, l'infrastruttura resta mentre l'auto cambia: la ricarica è quindi un asset che può valorizzare l'immobile e va progettata in dialogo con le funzioni che si occupano di real estate».

Guardando ai prossimi tre anni, quali caratteristiche dovrà avere secondo voi un ecosistema di ricarica realmente capace di accompagnare la crescita delle flotte?

Gerald Avondo: «Dovremo ragionare sempre più in termini di sistema, con soluzioni interoperabili che evitino il lock-in e permettano di evolvere l'infrastruttura. Servono affidabilità e sicurezza, sia elettrica sia informatica, perché un disservizio può avere conseguenze operative. Centrale sarà anche la formazione di fleet manager, elettricisti, progettisti, EPC e system integrator. In Scame abbiamo creato il "New Mobility team" una rete di installatori partner che può contare su percorsi di formazione specializzati e promozioni dedicate. Proprio la formazione ricopre un ruolo fondamentale, per darne un esempio, oltre ai corsi che organizziamo in sede, negli ultimi anni abbiamo organizzato 18 appuntamenti in tutta Italia, coinvolgendo oltre 150 aziende e formando oltre 200 installatori. Formazione e supporto post-vendita devono accompagnare prodotti e infrastrutture. L'obiettivo è costruire una filiera capace di gestire il sistema per tutta la sua vita utile e non soltanto fino alla messa in servizio».

Davide Spazian: «Per le flotte, soprattutto pesanti, l'ultime è fondamentale: se un mezzo non è carico al mattino può fermarsi un'intera attività. Vedo inoltre una crescente attenzione alla DC: anche per una PMI può essere preferibile una soluzione in corrente continua di potenza contenuta rispetto a molte AC, se il progetto

Laura Echino (AIAGA): «Servono consulenza e figure di riferimento»



Per Laura Echino, presidente di AIAGA, la transizione delle flotte non può essere affrontata soltanto dal punto di vista tecnologico. L'associazione, nata nel 2011 per iniziativa di alcuni fleet manager, lavora proprio sul riconoscimento e sulla crescita delle competenze professionali legate a fleet e mobility management. Un'attività che comprende ricerca, formazione e rappresentanza e che, nel 2025, ha portato anche alla definizione di una norma sui profili professionali della mobilità. «Per noi era importante fare in modo che chi lavora nel mondo del fleet e del mobility fosse identificato in qualche modo. Nella norma sono descritte le caratteristiche, i ruoli e le competenze di chi fa fleet, mobility e travel management». È da questa prospettiva che Echino legge i risultati della ricerca realizzata da AIAGA su 150 fleet e mobility manager, appartenenti ad aziende con almeno 15 vetture. I dati evidenziano come la transizione energetica sia ormai una priorità, ma rimanga subordinata alla necessità di contenere il costo complessivo della mobilità. «La prima sfida dei prossimi tre anni è l'ottimizzazione dei costi della flotta e la seconda è la transizione energetica. Quindi la transizione è una priorità, ma l'aspetto dei costi e del TCO rimane ancora un tema decisivo». Anche la proiezione al 2028 mostra un percorso ancora graduale: il 76% degli intervistati ritiene che la normativa sul fringe benefit abbia influenzato il mix della flotta, mentre nelle aziende con 15-100 vetture il 42% non prevede ancora alcuna auto elettrica nel 2028. Tra le principali barriere emergono le esigenze di mobilità dei driver, la disponibilità della ricarica pubblica e la scarsa predisposizione degli utilizzatori. Ma, secondo Echino, il problema è anche culturale e organizzativo. Un dato particolarmente significativo riguarda la gestione della ricarica: il 57% delle aziende non rimborsa quella domestica e solo il 31% delle imprese che hanno introdotto auto elettriche dispone di una policy formalizzata. «Manca il governo della ricarica», osserva Echino, sottolineando come oltre metà delle flotte sia gestita da persone senza un ruolo dedicato. Anche la fiscalità rappresenta una criticità: il 90% dei fleet manager intervistati la considera complessa. Da qui la necessità di un supporto più strutturato: «Servono degli interlocutori, delle consulenze, delle soluzioni. Una figura unica, un riferimento che probabilmente può dare una mano. Serve assolutamente compensare la scarsa conoscenza che c'è nelle aziende». Secondo Echino, infine, la gestione della ricarica dovrà evolvere oltre la semplice installazione della colonnina, integrando dati energetici, software e servizi. «Non solo la colonnina tal quale, ma proprio un insieme di servizi e opportunità che possano rendere più facile da una parte l'esperienza del driver e dall'altra anche un ritorno di informazioni e di controllo».



DA SINISTRA: DAVIDE BARTESAGHI (DIRETTORE RESPONSABILE E-RICARICA), MATTEO BONASSI (REDAZIONE E-RICARICA), STEFANO LUCINI (MARKETING MANAGER DI ORBIS), EZIO PALILLA (HEAD OF SALES E-MOBILITY DI SIEMENS ITALIA), DAVIDE SPAZIAN (DIRETTORE COMMERCIALE ITALIA EV CHARGER DI INGETEAM), GERALD AVONDO (HEAD OF PRODUCT AND SERVICES E-MOBILITY DI SCAME), LAURA ECHINO (PRESIDENTE DI AIAGA), FRANCESCO DALPASSO (PROJECT MANAGER DELL'OSSERVATORIO SMART MOBILITY DELLA SCHOOL OF MANAGEMENT DEL POLITECNICO DI MILANO), MATTIA DE LORENZO (SALES PROJECT MANAGER ITALIA, SEGMENTO FLEET BUS & TRUCK, DI KEMPOWER), LORENZO BONVINI (RESPONSABILE COMMERCIALE E-RICARICA), ANTONIO ALLOCATI (REDAZIONE E-RICARICA).

lo giustifica. L'evoluzione delle plug-in hybrid amplia le possibilità. La ricarica va considerata un asset energetico strategico e la cybersecurity deve proteggere comunicazioni, sistemi e dati. È quindi importante che la sicurezza venga considerata già nella progettazione e non soltanto come un requisito successivo all'installazione. Anche il presidio locale del produttore ha valore per continuità e supporto».

Ezio Palilla: «L'uptime è un requisito fondamentale, soprattutto per i mezzi pesanti, come conferma l'esperienza nel trasporto pubblico. Per garantire affidabilità serve un servizio strutturato lungo il ciclo di vita, con accordi di service e strumenti per partner, CPO e fleet manager. Anche la formazione è decisiva. I produttori devono leggere rapidamente mercato e normativa e soprattutto anticipare le esigenze delle aziende; allo stesso modo il fleet manager deve progettare con una prospettiva di medio-lungo periodo».

Mattia De Lorenzo: «La differenza rispetto al Nord Europa riguarda soprattutto la velocità della transizione. Il passaggio dalla bassa potenza alla DC è ormai acquisito e l'Italia può progressivamente colmare il divario. È fondamentale anche la qualità dell'installazione: il cliente identifica il prodotto con il produttore e la specializzazione dell'installatore può ridurre le problematiche successive. La formazione è importante, ma deve essere accompagnata dall'esperienza sul campo. Infine, nel mondo dei truck l'evoluzione tecnologica è molto rapida: aspettare continuamente la soluzione successiva può diventare un motivo per non investire. È più utile concentrarsi sulle esigenze attuali e sulle soluzioni disponibili».

Ezio Palilla: «L'evoluzione verso architetture a 800 V è sensibile per chi sta affrontando oggi il passaggio all'elettrico, ma non è utile comunicare continuamente ciò che arriverà domani, perché si rischia di creare attesa. Nel mondo dei mezzi pesanti la tecnologia e i costi sono cambiati rapidamente negli ultimi anni. Questo non deve però diventare un motivo per rimandare continuamente gli investimenti. Occorre scegliere soluzioni coerenti con le esigenze operative attuali, costruendo infrastrutture capaci di accompagnare l'evoluzione futura».

Il rischio è che la rapida evoluzione tecnologica possa spingere le aziende a rimandare gli investimenti, aspettando la soluzione successiva. Allo stesso tempo, però, abbiamo visto che alcune misure possono contribuire a creare condizioni più stabili per accompagnare la transizione, come il recente Bonus Colonnine domestiche…

Gerald Avondo: «Sul tema degli incentivi considero positivo soprattutto il fatto che il Bonus Colonnine Domestiche introduca una prospettiva pluriennale. Una misura strutturale può accompagnare la transizione nel tempo invece di produrre soltanto un effetto concentrato. L'auspicio è che questo approccio possa essere replicato anche in altri ambiti. Sarà importante capire la capacità della misura di sostenere la domanda negli anni: l'80% è significativo, ma anche una percentuale più contenuta accompagnata da stabilità potrebbe rendere il mercato più prevedibile e permettere ad una più ampia base di utenti di beneficiarne. Un ulteriore effetto positivo riguarda la conformità: per accedere all'incentivo occorre attestare il rispetto dei requisiti previsti, con ricadute anche su aspetti come CIR e cybersecurity. Questo può favorire maggiore trasparenza e valorizzare i prodotti conformi».

Francesco Dal Passo: «La normativa avrà un ruolo decisivo per l'evoluzione del mercato. Penso non solo alla proposta di decarbonizzazione delle flotte aziendali, ma anche alla decisione sui limiti emissivi di CO2 per le nuove immatricolazioni. Una riduzione molto marcata genererebbe pressione dai carmaker ai noleggiatori e quindi alle aziende per immatricolare auto BEV; con una riduzione meno marcata, le PHEV potrebbero mantenere un ruolo rilevante. In Italia il rapporto tra BEV e PHEV è rimasto a lungo vicino alla parità, mentre altri mercati si sono spostati verso le BEV: la barriera culturale resta quindi significativa. Anche la ricarica privata, aziendale e domestica, può crescere rapidamente perché esiste ancora un ampio margine di sviluppo. Infine, la rapidità dell'evoluzione tecnologica può frenare gli investimenti, soprattutto nei mezzi pesanti. Per questo è importante spiegare come le soluzioni disponibili oggi possano rispondere concretamente alle esigenze delle aziende, senza spostare continuamente l'attenzione sulla generazione successiva».

Laura Echino: «Un processo di cambiamento è ormai avviato e nessun soggetto può guidarlo da solo. La transizione richiede un approccio di sistema, nel quale dialoghino produttori, operatori energetici, noleggiatori, aziende, fleet manager e gli altri stakeholder, insieme al legislatore sul piano tecnico e fiscale. Anche le aziende devono lavorare in maniera più integrata: la gestione della flotta non può essere separata dagli aspetti energetici, economici e fiscali. È una sfida soprattutto per le PMI, dove risorse e competenze sono più limitate. Chi ha la responsabilità della flotta non dovrebbe limitarsi a subire il cambiamento, ma diventare promotore del processo. In questo percorso associazioni e filiera possono contribuire fornendo competenze e strumenti. Il punto è trasformare chi gestisce la flotta da semplice destinatario delle decisioni a soggetto capace di promuovere il cambiamento all'interno dell'azienda».