

# QUALE CONVERGENZA TRA E-MOBILITY E SOLARE

LA TAVOLA ROTONDA ORGANIZZATA DA SOLAREB2B DAL TITOLO "FOTOVOLTAICO E MOBILITÀ ELETTRICA: UN BINOMIO VINCENTE?" HA FATTO IL PUNTO SU UNA SITUAZIONE DI MERCATO CHE OFFRE TANTE NUOVE OPPORTUNITÀ E QUALCHE INSIDIA

**L**a prima edizione dell'evento *That's Mobility* (Milano, 25-26 settembre) ha visto una partecipazione di espositori e visitatori certamente superiore alle attese. Per due giorni i locali di MiCo Milano Congressi sono stati il palcoscenico di incontri, convegni e relazioni di business focalizzate sull'emergente mondo degli e-vehicle e di tutto ciò che ruota intorno a questa rivoluzione. SolareB2B ha partecipato a questa manifestazione con una tavola rotonda dedicata alla convergenza tra questo settore e l'energia solare. L'incontro, dal titolo "Fotovoltaico e mobilità elettrica: un binomio vincente?", si è tenuto mercoledì 26

settembre e ha visto la partecipazione di otto esponenti di aziende che operano nel settore del solare: Mario Cattaneo, sales manager north west Italy di SolarEdge; Paolo Ferré, product marketing specialist di ABB; Giovanni Marino, brand manager di Growatt; Mauro Moroni, CEO di Moroni & Partners; Alberto Pinori, presidente di Anie Rinnovabili; Fabrizio Seghetti, sales area manager mobilità elettrica di Ingeteam; Giovanni Strappazzon, CTO di Vp Solar; e Diego Trabucchi, head of e-mobility sales di Fimer. Ecco un breve resoconto di quanto emerso dagli interventi dei relatori.



## **Davide Bartesaghi, direttore SolareB2B**



«Oggi vogliamo parlare della convergenza tra mobilità elettrica e fotovoltaico. Sul fatto che la mobilità elettrica abbia davanti un radioso futuro, credo non ci siano dubbi. Nel 2017, a livello globale, sono state vendute quasi 1,2 milioni di auto elettriche, con una crescita del 57%. L'Italia non è tra i Paesi più dinamici, anzi: da noi nel 2017 sono state vendute 4.827 auto elettriche (+88%), appena lo 0,24% del totale dei veicoli italiani. Il nostro Paese ha coperto meno del 2% nel mercato europeo dei veicoli elettrici, a fronte del 13% del totale delle immatricolazioni.

Stesso ritardo lo abbiamo sulle infrastrutture di ricarica: a fine 2017 erano presenti circa 2.750 punti di ricarica pubblici a norma per circa 1.300 colonnine.

Augurandoci che l'Italia possa accelerare questo cambiamento, non si può negare che oggi la mobilità elettrica stia rivoluzionando il concetto di trasporto tout court, con nuovi paradigmi legati al consumo di energia e alle ricadute che questo potrà avere sul pianeta che abitiamo.

Ma noi sappiamo bene che non basta elettrificare i trasporti, occorre intervenire là dove l'energia viene generata. Abbiamo due opzioni: continuare a produrre con le fonti fossili l'energia per le auto elettriche, e questo significherebbe ridurre a poca cosa i benefici di questa rivoluzione; oppure creare un binomio virtuoso tra mobilità elettrica e rinnovabili, in particolare energia solare.

Non siamo tanto ingenui da pensare che il fotovoltaico da solo possa essere la risposta o esaurire la

richiesta di energia elettrica per la nuova mobilità. Però il solare vanta alcune caratteristiche che ne fanno il perfetto partner dell'e-mobility: il modello di generazione pulita e distribuita, la presenza di centinaia di migliaia di impianti di produzione già attivi, il costo competitivo del kWh, l'abbinamento a sistemi di accumulo, la disponibilità di sistemi innovativi per la condivisione dell'energia (tra cui il cloud...), la tecnologia...

Fotovoltaico e mobilità elettrica possono quindi formare un binomio vincente, a tutto vantaggio della filiera dell'energia solare che potrebbe ricavarne un forte slancio per lo sviluppo e la diffusione futura. Ma questo binomio non ci verrà regalato. Oggi, quindi, vogliamo capire insieme alcune cose: prima fra tutto, quali sono i fattori chiave che potranno permettere alla filiera del fotovoltaico di "agganciare" la rivoluzione della mobilità elettrica, e quali saranno i prodotti e le tecnologie che potranno rafforzare e velocizzare la convergenza con il solare».

**Alberto Pinori, presidente di Anie Rinnovabili e direttore generale di Fronius**

**“VERSO LE LOCAL ENERGY COMMUNITY”**



«In questo momento c'è uno sforzo diffuso, anche a livello legislativo, per cercare di tenere insieme tutte le innovazioni che riguardano il mondo elettrico. E questo è presente anche nella bozza del Decreto sulle energie rinnovabili in discussione con il ministero per

lo Sviluppo Economico. Ci sono poi nuove logiche operative che nascono direttamente nel mercato. Io abito sul Lago di Garda e noto come da parte di molti turisti, soprattutto del Nord Europa, ci sia una forte richiesta di punti di ricarica per le loro auto elettriche. Credo che sempre di più in futuro la logica con la quale verranno scelti gli alberghi non sarà più solo la vista mare o la qualità della ristorazione, ma anche la disponibilità di colonnine di ricarica.

Questo è il primo elemento: la domanda. Dove si colloca questa domanda? Ad esempio presso hotel, pubblica amministrazione, supermercati e centri commerciali, luoghi di lavoro... Invece ritengo che la diffusione di colonnine sulle strade sarà più limitata, perché difficilmente in una città ci si ferma a ricaricare l'auto. Però ci saranno grandi possibilità in abbinamento al car sharing, che secondo noi sarà un elemento importantissimo per lo sviluppo della mobilità elettrica. Non dimentichiamo che oggi nelle grandi città c'è una trasformazione dell'approccio all'auto, con un forte calo dell'interesse per l'auto di proprietà.

Anche le utility potranno avere un ruolo importante in queste dinamiche.

E il fotovoltaico? Sul fronte dell'abbinamento tra mobilità elettrica e fotovoltaico si aprono opportunità interessanti. Penso ad esempio ai condomini. Oggi l'utilità di avere energia da fonte solare per un condominio si limita alla possibilità di coprire le utenze comuni. Invece la direzione è quella di creare delle Local Energy Community dove la presenza di colonnine di ricarica a favore dei condomini può diventare un elemento di grande importanza.

Questo è l'anno zero per l'e-mobility. Sarebbe sbagliato alimentare un desiderio di boom del mercato, bisogna crescere con gradualità. E ricordiamoci che in questo percorso di crescita il ruolo principale è in mano all'industria dell'auto, che non sta ancora accelerando davvero, se si eccettua il caso di Tesla».

**Diego Trabucchi, head of E-Mobility sales di Fimer**

**“LA PROPOSTA COMMERCIALE SARÀ LA CHIAVE DEL SUCCESSO”**



«Noi in Fimer ci occupiamo di infrastrutture di ricarica. La nostra azienda lavora da tempo nel fotovoltaico e sentiamo molto l'affinità con la mobilità elettrica.

Ci sono importanti sinergie. Innanzitutto il fatto che oggi si parla di

aumentare sia la produzione da fonti rinnovabili, sia la quota di veicoli elettrici: e questi due elementi possono trovare un punto di sinergia. Ma per dire qualcosa di meno scontato, ritengo che la chiave di volta saranno anche le sinergie commerciali. Da un punto di vista tecnico, non ci sono straordinari argomenti: far parlare un inverter con un carica-

batterie, comporta certamente delle sfide, e il superamento di difficoltà: si tratta di aspetti affascinanti ma poveri.

La parte più interessante è un'altra: le persone interessate a installare sul tetto un impianto fotovoltaico e quelle interessate all'auto elettrica sono quasi lo stesso pubblico. Quindi la proposta commerciale sarà fondamentale. Io credo che sia importante lavorare molto sul “racconto”, su ciò che può rendere accattivante la mobilità elettrica: come far leva sull'uno per promuovere anche l'altro.

In questa chiave e con gli scenari attuali la clientela più pronta (almeno guardando ai prossimi dodici mesi) potrebbe essere quella industriale piuttosto che residenziale: penso ad esempio ad aziende che possano avere spazi e risorse per fare un progetto di autoconsumo con il fotovoltaico e convertire una parte della propria flotta all'elettrico. Ci sono progetti che offrono un ritorno economico reale, misurabile nell'arco di qualche anno, e tali da poter essere convincenti verso un imprenditore che guarda alla sostanza dell'investimento. Questo è un target che richiede un approccio molto tecnico, e molto personalizzato; e bisogna sapere offrire qualità e valore.

Dal 2020, con un parco auto più consistente, ci saranno opportunità di mercato più interessanti anche per il residenziale.

Per quanto riguarda il canale, oggi gli operatori della mobilità elettrica sono ancora pochi, anche se stanno crescendo tantissimo. Ma soprattutto sarà importante il ruolo di chi ha già un contatto con un cliente a cui magari ha già proposto il fotovoltaico, che sia un privato o un'impresa».

**Paolo Ferré, product marketing specialist di ABB**

**“FONDAMENTALE LA GESTIONE DEI CARICHI E DEGLI ACCUMULI”**



«Anche noi di ABB operiamo sia nel fotovoltaico, con la produzione di inverter, sia nella mobilità elettrica con le nostre colonnine di ricarica.

Sul tema della convergenza, in futuro la nostra attenzione dovrà focalizzarsi non tanto sui

singoli prodotti quanto sui sistemi, cioè su come vengono accoppiati i singoli prodotti, e su come viene ottimizzato questo accoppiamento. La gestione dei carichi e degli accumuli sarà un passaggio fondamentale. Disaccoppiare i momenti di produzione da quelli di consumo sarà la chiave di volta per la gestione intelligente dei consumi, sarà il punto di maggiore interesse per un utente che dispone di impianto fotovoltaico, inverter e stazione di ricarica.

Noi in ABB stiamo lavorando in questa direzione: cercare di accoppiare prodotti interni per garantire l'ottimizzazione dei consumi e soprattutto per migliorare l'autoconsumo, aspetto fondamentale vista la crescente penetrazione delle rinnovabili. Vogliamo offrire pacchetti che favoriscono le sinergie tra tecnologie ad esempio con il prossimo lancio di un nuovo inverter fotovoltaico con sistema storage. In questo scenario, la formazione verso i canali di vendita sarà un elemento essenziale: una formazione che dovrà trasferire informazioni precise sui prodotti, su come installarli, e su come usare le sinergie tra i dispositivi.

Vorrei segnalare anche un problema che ci richiederà particolare attenzione: sul tema della mobilità elettrica, in Italia l'utente finale manifesta il timore di non avere sufficiente carica per arrivare a destinazione: infatti oggi l'infrastruttura italiana non è adatta alle lunghe distanze, ma bisognerà assolutamente offrire un servizio che permetta di assicurare anche le grandi percorrenze».



**WhatSun® Meter** è l'innovativa soluzione **AUTOINSTALLANTE** per la telelettura dei contatori di energia elettrica di **ENEL** in bassa tensione. Basta collegarlo alla presa di corrente e dopo pochi minuti comincerà a comunicare con il contatore di energia e a trasmettere le letture.

Tramite l'**App gratuita WhatSun®**, scaricabile dagli store Apple e Android o direttamente dal sito **www.whatsun.it**, è possibile visualizzare in automatico le letture e monitorare l'andamento del proprio impianto fotovoltaico.

**KEY ENERGY**  
THE RENEWABLE ENERGY EXPO  
Energy Transition Hub

**6-9  
Novembre  
2018**  
Rimini Italy

Ti aspettiamo al **pad.B7 stand 115**



Via Unità d'Italia, 16  
41043, Formigine (MO)

info@zanottienergygroup.it  
www.zanottienergygroup.it



## Fabrizio Seghetti, sales area manager mobilità elettrica di Ingeteam

### “TANTE SINERGIE IN UNO SCENARIO AMPIO E COMPLESSO”



«Anche noi ci occupiamo di mobilità elettrica e fotovoltaico visto dal lato delle apparecchiature elettroniche. Il binomio tra questi due mondi è sicuramente interessante anche perché la mobilità elettrica porta con sé la necessità di produrre energia da fonti pulite. Quindi il fotovoltaico ha un ruolo primario all'interno di questo processo di elettrificazione della mobilità.

Io penso che l'integrazione tra mobilità elettrica e fotovoltaico avverrà all'interno di uno scenario più ampio e complesso. Da questo punto di vista mi piace il concetto di "sinergia" espresso dai colleghi, che si tratti di una sinergia commerciale oppure tecnica. La mobilità elettrica farà da ponte tra due realtà in grande evoluzione: l'energia rinnovabile e l'automotive in senso ampio, il trasporto soprattutto urbano, e la condivisione dei mezzi di trasporto, con tutto quello che ciò comporta sulle modalità di ricarica. Probabilmente non sarà necessario installare le colonnine lungo le strade, ma farlo in luoghi dedicati. Poi c'è il tema dei veicoli elettrici a guida autonoma, che avranno altre esigenze di gestione della fornitura dell'energia. E ancora: un'altra sinergia tutta da sviluppare sarà quella relativa alla gestione dell'energia prodotta e stoccata all'interno delle auto, che quando la vettura è ferma potrà essere utilizzata per alimentare qualcos'altro. Aggiungo una cosa: il ritardo del mercato italiano sull'e-mobility può essere visto anche come un'opportunità, dato che ci permette di osservare come si sono mossi i mercati più avanzati, quali sono stati eventuali errori, e quali i modelli di business che ciascuno player di mercato può adottare. All'estero gli esempi non mancano».

## Mauro Moroni, CEO di Moroni & Partners

### “LO STORAGE AVRÀ UN RUOLO CHIAVE”



«In Italia la stragrande maggioranza di impianti fotovoltaici si riferisce a taglie inferiori ai 20 kWp. La maggior parte di questi impianti ha il problema dell'autoconsumo. La ricarica dell'auto potrebbe portare un cambiamento, ma non dimentichiamo che nelle abitazioni private molto probabilmente l'auto si ricarica di notte. Quindi il problema dell'autoconsumo rimane.

Allora secondo me la chiave della diffusione e dello sviluppo dell'e-mobility sarà lo storage. Facciamo un esempio. Un impianto da 3 kWp a seconda della zona ha una produzione annua da 3.300 a 4.500 kWh. Scendendo nel dettaglio, durante l'inverno questo impianto produce circa 5 kWh al giorno mentre in estate arriva a 13-17 kWh. Cosa possiamo fare con circa 5 kWh di energia? Possiamo dare a un veicolo elettrico una ricarica per una ventina di chilometri, dato che attualmente il consumo è di circa 0,25 kWh a Km. Quindi, già ora un impianto fotovoltaico può fornire a un'auto elettrica il fabbisogno giornaliero. Il problema vero è lo sfasamento temporale. Per questo lo storage sarà decisivo. Spostare il consu-



mo di energia alla ricarica dell'auto significa però non avere più energia autoprodotta da utilizzare per la casa; quindi il passaggio successivo potrebbe essere quello di fare impianti più potenti. Il traguardo però è quello di autoconsumare tutta l'energia prodotta e massimizzare la produzione dell'impianto. Questo è il modello di sostenibilità a cui puntare. Accenno anche ad alcune problematiche. La prima è quella della velocità di ricarica: una problematica importante per l'autoconsumo da energie rinnovabili. Un altro aspetto: i distributori di rete cominciano a lanciare delle offerte dedicate ai possessori di auto elettriche per favorire la ricarica. Attenzione però, queste offerte riguardano nuove linee e non possono utilizzare l'energia prodotta da un impianto fotovoltaico. Il futuro lo vedo con impianti dedicati alla ricarica, dotati di sistema di accumulo, adeguatamente dimensionati per effettuare power shifting e ricarica veloce. Mi riferisco ovviamente a impianti di tipo domestico. Nel caso di sistemi di ricarica legati ad ambienti con frequentazione diurna come uffici o centri commerciali, ovviamente lo storage si può evitare. In generale quindi per gli impianti domestici credo che l'abbassamento dei costi dello storage favorirà sensibilmente lo sviluppo di questo mercato. E poi la spinta potrà arrivare dal mondo delle utilities e dai proprietari di impianti fotovoltaici».

## Mario Cattaneo, sales manager North West Italy di SolarEdge

### “UNA SOLUZIONE INTEGRATA PER SODDISFARE IL CLIENTE”



«Per noi la sinergia passa dall'integrazione. Oggi la domanda arriva dal privato e quindi dal sistema casa; e l'inverter è sempre di più il centro focale della gestione dei carichi dell'abitazione. Il fotovoltaico deve essere come un abito sartoriale costruito su misura del cliente, sia in termini di kWp installati sul tetto, sia in termini di dispositivi che possano permettere di utilizzare efficacemente l'energia prodotta. Quindi la nostra proposta è quella di una soluzione integrata, potenzialmente espandibile e integrabile nel futuro.

Tanti anni fa l'inverter era concepito come un

### SPAZIO INTERATTIVO Guarda il video

La diretta Facebook dell'evento:



prodotto fine a sé stesso, poi sono arrivati i sistemi di monitoraggio, poi si è cominciato a parlare di domotica, di autoconsumo, di storage... oggi anche di mobilità elettrica.

La nostra scelta è quella di fornire dei prodotti già pronti a queste soluzioni. In questo momento stiamo presentando un inverter con EV Charger integrato che permette di tenere sotto controllo il livello di carica, scarica e gestione del veicolo elettrico tramite il sistema di monitoraggio che dialoga la stessa lingua dello storage, della domotica e dell'inverter, e quindi facile da utilizzare. Il tutto corredato dalla possibilità di ricaricare velocemente la vettura utilizzando sia l'energia solare sia quella presa dalla rete, combinando-



le insieme. Inoltre avere un unico dispositivo permette di ridurre i costi e gli spazi, avere un unico referente come gestore delle garanzie e un unico supporto post vendita, ma soprattutto un unico sistema di monitoraggio a disposizione del cliente per la gestione del sistema casa. Io credo quindi che il futuro della mobilità elettrica passa anche dalla possibilità di avere degli interlocutori unici per l'utente che lo mettano nelle condizioni di gestire con facilità tutto il sistema casa.

Occorre però da parte di tutti i player uno sforzo di formazione e informazione molto importante per rendere più fruibile i prodotti e per rendere gli operatori pronti a rispondere alla domanda che arriverà dal mercato. E poi dobbiamo imparare da alcuni errori che nel fotovoltaico sono stati fatti in passato: occorre puntare su prodotti di qualità e su aziende capaci di offrire formazione, assistenza, supporto e garanzie sul territorio di riferimento».

**Giovanni Strappazon,  
CTO di Vp Solar**

**“TRASFERIRE LA CONOSCENZA  
A INSTALLATORI E CLIENTI”**



«I distributori rappresentano il collegamento tra installatore e produttore. E quindi il nostro ruolo comporta l'impegno di trasferire al mercato, all'installatore e al professionista il know-how necessario per mettere

in pratica il link tra fotovoltaico e mobilità elettrica. Ad esempio in VP Solar abbiamo realizzato una pubblicazione dal titolo Sistemi Energetici 4.0, una guida che illustra tutti i numeri dell'evoluzione del mercato del fotovoltaico, e quindi le potenzialità che abbiamo in Italia comprese quelle relative alla mobilità elettrica. E in Italia gli spazi sono ancora tanti anche per il fatto che il nostro Paese è favorito dall'ottimo livello di irraggiamento. Dovremmo essere noi il traino della diffusione di questi nuovi modelli, non i Paesi nordici.

Ci tengo a sottolineare alcuni messaggi che utilizziamo nelle nostre comunicazioni. Ad esempio diciamo che per ogni kWp di fotovoltaico installato, in un anno viene prodotta energia che permette a un'auto elettrica di fare 10mila chilometri a emissioni zero. Questo è un semplice inizio di trasferimento di conoscenza che

vuole essere una spinta per il mercato. Ci sono degli studi che prevedono una crescita esponenziale delle vendite delle auto elettriche e delle colonnine.

Noi ne siamo convinti e vogliamo essere interpreti di questo cambiamento, che è anche un cambiamento di mentalità.

I professionisti che hanno già realizzato impianti fotovoltaici, e che oggi si occupano di manutenzioni, sono i primi candidati a portare questa tecnologia al mercato.

È proprio su di loro che noi facciamo affidamento cercando di crescere insieme in questo settore. Certo, dovranno essere molto preparati, formarsi e informarsi, nello stesso modo che avevano utilizzato in passato per il fotovoltaico e per lo storage.

**Giovanni Marino,  
brand manager di Growatt**

**“FAR COMUNICARE  
LE TECNOLOGIE”**



«Anche se la mobilità elettrica vivrà di una propria vita tecnologica, i punti di contatto con il fotovoltaico sono davvero tanti e importanti, soprattutto se si parla di produzione distribuita e autoconsumo. Noi

crediamo che il punto cruciale per lo sviluppo saranno la comunicazione e l'integrazione tra le tecnologie.

E non parlo solo di prodotti all'interno delle abitazioni, ma anche di sistemi che dovranno comunicare tra di loro e aggregarsi. Il nostro impegno è quindi fortemente concentrato sulla parte software per sviluppare e digitalizzare tutto quello che permette alla nostra piattaforma di comunicare con altri sistemi.

Quali saranno i tempi di questo cambiamento? Non saranno immediati: il cambiamento di abitudini e comportamenti richiede sempre tempi medio-lunghi.

Non attendiamoci un boom come era stato per il fotovoltaico negli anni d'oro. Per quanto riguarda invece la tecnologia, l'integrazione è già iniziata. Sul mondo del residenziale le possibilità di controllo e abilitazione di tutti i prodotti è già una realtà.

Aggiungo una cosa: mi auguro che la legislazione possa reggere il passo con questo cambiamento di comportamenti e tecnologie».

