

Futuro ecologico. Il mondo dei motori guarda con grande interesse alla Conferenza di Copenhagen

Risposta elettrica alla CO₂

La soluzione più idonea per rispettare i limiti ipotizzati

Pierpaolo Mamone
Paolo Massardi

Che l'auto elettrica rappresenti il futuro dell'industria automobilistica è opinione di molti, ma che sia anche uno strumento decisivo e forse imprescindibile per contrastare il surriscaldamento mondiale è ancora in discussione.

Il dibattito sulla riduzione della CO₂, principale causa del "global warming", entrerà nel vivo tra pochi giorni a Copenhagen, e le istituzioni stanno definendo obiettivi sempre più ambiziosi come quello dichiarato al G8 dell'Aquila. Secondo il più recente studio dell'International Energy Agency World, per raggiungere l'obiettivo individuato nel summit abruzzese secondo il cosiddetto «scenario 450» (particelle di anidride carbonica per metro cubo nel 2030) i veicoli leggeri - che incidono per il 9% delle emissioni totali - dovrebbero arrivare a una media del parco circolante pari a 85 g/km di CO₂ nei soli paesi Ocse (che raggruppa i principali paesi industrializzati occidentali). Un obiettivo più ambizioso rispetto a quelli definiti dalla Ue.

Dati i tempi di rinnovo del parco auto totale, le nuove immatricolazioni dovranno soddisfare limiti ben più stringenti per raggiungere l'obiettivo finale: lo scenario 450 ipotizza per le nuove immatricolazioni al 2030 una media di 60 g/km di CO₂. Valore ottenibile solo inserendo nel circolante veicoli a impatto zero in fase di emissione ("tank to wheel"). In quest'ottica, la propulsione elettrica è la tecnologia più affidabile e pronta per una diffusione di massa.

Al centro del dibattito, destinato a intensificarsi anche in seguito al mancato accordo Usa-Cina sulle emissioni, non ci sarà "se" l'auto elettrica rappresen-

terà un'alternativa, ma "quando". Se i fattori abilitanti alla sua diffusione sono tecnologicamente definiti, la rapida affermazione di tale tecnologia dipende da tre presupposti: infrastruttura di ricarica capillare, incentivi all'acquisto e ampiezza dell'offerta di modelli. Vediamone le caratteristiche.

L'automobilista supererà la remora psicologica di rimanere a piedi solo quando potrà contare su un'infrastruttura di ricarica capillare. In una prima fase (2011-2015) la ricarica prevalente

TRAGUARDO AMBIZIOSO

Il cosiddetto scenario 450 prevede per il 2030 emissioni medie di 85 g/km per l'intero parco circolante nei paesi più industrializzati

sarà quella lenta (4-6 ore) e solo parzialmente quella rapida (15 minuti per l'80% della capacità). Una rivoluzione possibile solo se ci sarà la possibilità di "fare il pieno" durante le soste (a casa, in ufficio, presso centri commerciali, parcheggi eccetera).

L'incentivazione all'acquisto è indispensabile per riequilibrare i prezzi dell'auto elettrica nella fase di lancio sul mercato. Lo sforzo delle istituzioni sarà, quindi, necessario solo in questa fase, prima dell'abbattimento dei costi grazie alle economie di scala.

Infine, solo un'offerta ampia e diversificata (dalle city car ai veicoli commerciali) potrà consentire la diffusione di massa dei veicoli commerciali.

Ma il successo dipende anche dalla corretta interpretazione dei ruoli dei vari attori del nuovo modello di business, poiché l'auto elettrica rivoluziona l'automotive, aprendo grandi opportuni-

tà sia a "newcomer" dell'auto (si pensi alla cinese Byd) sia a soggetti quali le utility, chiamate a sviluppare le infrastrutture di ricarica. Inoltre, poiché l'auto elettrica rivoluzionerà anche il modo di intendere la mobilità per il cliente finale (da "fare rifornimento quando se ne ha bisogno" a "ricaricare ogni volta che l'auto è in sosta") si comprende anche come le istituzioni, chiamate a ridefinire le regole della mobilità, siano parte integrante del nuovo modello di sviluppo.

Da parte loro, i costruttori sono chiamati a svolgere un ruolo determinato, partendo dallo sviluppo di un'ampia gamma e dal consolidamento della tecnologia delle batterie. Quanto maggiore sarà l'autonomia, tanto più facile diventerà vincere le diffidenze iniziali.

Mentre il design innovativo (consentito dall'assenza dei vincoli fisici della vecchia trazione) e la competitività del "total cost of ownership" saranno ulteriori leve per rendere ancora più attrattiva l'offerta elettrica.

Le case automobilistiche dovranno anche sviluppare partnership con chi costruirà l'infrastruttura di ricarica, un potenziale fattore critico di successo, poiché l'auto elettrica dovrà intendersi non più solo come mezzo di trasporto, ma anche come piattaforma dove veicolare dati e servizi. Senza dimenticare il ruolo importante di sensibilizzazione delle istituzioni centrali e locali affinché stanino fondi per incentivare l'acquisto dei veicoli elettrici.

Gli Oem che si stanno attivando secondo una strategia da "first mover" avranno più probabilità di ottenere un vantaggio competitivo sostenibile.

Gli autori sono
di Roland Berger strategy consultants

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'arrivo delle vetture alimentate a corrente rivoluzionerà il business automotive

Le utility protagoniste emergenti

Passiamo ora ai player emergenti, a cominciare dalle utility che rappresentano l'elemento di novità nel nuovo modello di business dell'auto elettrica. Sono le società proprietarie anche delle reti di distribuzione di elettricità le più idonee a costruire l'infrastruttura di ricarica, sia per il know-how tecnico, sia per la capacità di pianificare e agire sul territorio, coordinandosi e interfacciandosi con enti pubblici e privati.

L'infrastruttura di ricarica sarà "intelligente", e quindi in grado di ricevere, elaborare e inviare informazioni funzionali all'erogazione dei servizi a valore aggiunto per gli "e-driver". Questi servizi potranno essere veicolati attraverso diverse piattaforme: l'auto, la colonnina di ricarica, il palmare, il telefono, il pc. Fra i servizi del pacchetto di mobilità a disposizione del cliente ci sono la possibilità di ri-

cevere sull'auto, attraverso il sistema di navigazione, informazioni sulla colonnina libera più vicina, sui prezzi dell'energia piuttosto che sulla possibilità di prenotare con il pc una piazzola di ricarica, sulle singole transazioni di ricarica piuttosto che un consuntivo dei consumi.

La nuova infrastruttura apre scenari che portano a nuovi modi di intendere la mobilità.

Le istituzioni avranno un ruolo determinante sotto due aspetti. A livello di istituzioni centrali, con la definizione di programmi nazionali per la transizione verso un nuovo paradigma di mobilità (obiettivi di penetrazione, incentivazioni all'offerta e alla domanda eccetera). A livello locale, da un lato cooperando alla costruzione dell'infrastruttura di ricarica pubblica, dall'altro definendo nuove regole di mobilità (per esempio, l'istituzione di "low emissions zo-

ne", la regolamentazione dei parcheggi di ricarica e così via).

Se guardiamo fuori dei nostri confini, ci rendiamo conto che in Italia il dibattito sull'auto elettrica si è sviluppato meno rispetto al resto d'Europa.

L'avvio di un programma di diffusione dell'auto elettrica è importante non solo per l'impatto ambientale e il rispetto degli obiettivi definiti dalla Ue, ma anche per le cospicue ricadute economiche (si pensi allo sviluppo di tutta la filiera collegata). Dare sostegno a questa transizione consentirebbe di tener viva un'industria dell'auto elettrica per non essere costretti a dover importare tecnologia in un prossimo futuro.

In quest'ottica le istituzioni centrali dovrebbero avviare un tavolo di confronto con gli attori coinvolti, per definire un piano di sviluppo che includa non solo misure economiche

ma anche forme di incentivazione indiretta.

Le utility che stanno avviando progetti di sperimentazione ferebbero bene a collaborare con l'obiettivo di creare infrastrutture non a macchia di leopardo, ma integrabili in attesa che vengano definiti gli standard a livello europeo. Sarà importante anche il coinvolgimento dell'autorità dell'Energia per la definizione di chiare regole del gioco, necessarie per consentire lo sviluppo di una rete di ricarica nazionale.

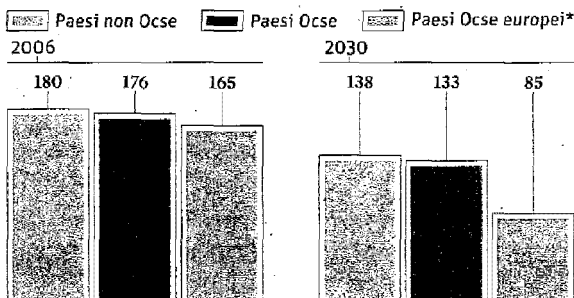
Infine, occorre che le istituzioni locali si facciano promotrici di progetti di sperimentazione anche in città di dimensioni medie, dove spesso risulta meno complesso implementare nuove forme di mobilità sostenibile.

**P. Mam.
P. Mas.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La lunga strada verso l'auto più verde

Emissione media di CO₂ del parco circolante di veicoli leggeri in g/km, secondo lo "Scenario 450"



Pulita e globale. La Nissan Leaf potrebbe essere ricordata come la prima auto elettrica (quasi) di massa: sarà venduta dalla fine del 2010 negli Stati Uniti, Giappone ed Europa



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.