

Pressmeddelande 2011-02-24

Elbilens framtid avgörs av kostnaden för laddningsstationer och effektiv hantering av effekten på elnätet

Dyr infrastruktur för laddningsstationer och den möjliga effekten på elnätet försvårar etableringen av elfordon, enligt ny rapport från Accenture.

En storskalig lansering av elbilar bromsas av utvecklarnas oförmåga att sänka kostnaden för offentlig laddningsinfrastruktur samt hantera effekten på elnätet, visar en ny rapport från Accenture.

– Elbilen kan innebära stora förändringar för både bilförsäljarna och tjänsteleverantörerna, då den spås ändra beteendet hos konsumenten samt öka belastningen på elnätet. Det kommer att bli viktigt för elbolagen och tjänsteleverantörerna att öka förståelsen för konsumentens nya preferenser och hantera effekten på elnätet, säger Henrik Tegnér, expert på energifrågor på Accenture.

I rapporten ”Changing the Game: Plug-in Electric Vehicle Pilots”, har Accenture granskat ett antal affärsmodeller som medför olika möjligheter för bilförsäljaren och tjänsteleverantören.

Affärsmodell för laddning: Enligt rapporten är den modell som används idag för offentlig laddningsstruktur nödvändig för att få igång lanseringen av elfordon i större skala. Dock finns det risker med modellen, så som höga ingångskostnader, oförutsägbara laddningsmönster och eventuellt begränsad efterfrågan. Enligt Accenture behövs det fler lönsamma kommersiella modeller för att marknaden för elbilar ska bli effektiv, exempelvis:

- Privat laddningsinfrastruktur så som; premium-laddning för att hantera efterfrågan och batteribytestjänster som minskar belastningen på elnätet.
- En helhetslösning där en och samma serviceleverantör erbjuder långsiktiga serviceavtal. Kostnaden för batteriet dras av från priset på bilen och bilägaren kan istället välja ett alternativ med batteribyte.

Affärsmodell för billtillverkaren: Vissa biltillverkare testar direktförsäljning av elbilar mot konsument, men den höga batterikostnaden skapar ett oattraktivt erbjudande, såvida inte staten subventionerar priset. En mer attraktiv lösning är att leasa en bil, då priset slås ut på längre tid. För att lyckas med detta behöver biltillverkaren investera i kapacitet som klarar av att hantera en ny och mer servicebaserad kundrelation.

Leasa ut bilbatteriet: Idag äger en del tjänsteleverantörer batteriet och har som modell att leasa ut batteriet till konsumenten, som betalar per mil istället för el.

– Det är framförallt elbilsägaren som kommer att avgöra vilken affärsmodell som lyckas. Den kapacitet och förmåga som krävs för att genomföra modellerna är densamma över hela världen, men vilka aktörer som väljer att utveckla dem och hur det genomförs kommer att skilja sig åt. Tekniken måste snabbt standardiseras för att få med sig tjänsteleverantörerna. Dessutom måste mer arbete och energi läggas på ökad förståelse om elbilsägarens framtida preferenser, fortsätter Henrik Tegnér.

I rapporten analyseras ett antal piloter med elfordon med fokus på rena elbilar som enbart laddas via elnätet. Tre viktiga utmaningarna för att tekniken ska bli hållbar är:

- **Kostnad:** Det har visat sig att investeringar i laddningsinfrastruktur på offentliga platser inte är lönsamma på grund av höga kostnader. Bilägaren kan till en början även föredra att ladda bilen hemma. Test visar att konsumenten inte använder offentliga laddstationer i den utsträckning som krävs för att täcka kostnaderna, som är cirka 30 000 kronor per laddstation upp till 300 000 kronor för laddningsenheter där bilar kan laddas på 30 minuter.
- **Kontroll:** Det är svårt att kontrollera vilken effekt laddningsenheterna kommer att ha på elnätet i stort. De tester som gjorts visar att elbilen tillgodoser behovet av räckvidd för stadsbilister, som därför inte laddar varje dag, vilket ökar svårigheten att förutse förbrukningen. Elbilar som kopplas till elnätet varje gång de parkerar jämnar istället ut belastningen.
- **Omfattning:** Nästan all elektrifieringsteknik fungerar isolerat och det är svårt att få tillförlitliga testsvar kring effekten på hela elsystemet då det endast är några få fordon som drivs på el i de områden som testats. Effekten på elnätet måste därför fortsatt undersökas i takt med att marknaden utvecklas och växer.

Om rapporten

Rapporten "Changing the Game: Plug-in Electric Vehicle Pilots" innehåller följande fallstudier av pilotprojekt med elfordon: Showa Shells pilotförsök med snabbladdning i Tokyo, Allianders E-Laad i Nederländerna, One North Easts "Plugged in Places" i Newcastle, Upon Tyne i Storbritannien och Better Places batteribyte på taxibilar i Tokyo. I undersökningen granskas också kampen mellan konkurrenterna Chevrolet Volt och Nissan Leaf som båda är laddningsbara hybridbilar.

Om Accenture

Accenture är ett globalt företag med verksamhet inom management, IT och outsourcing, med ca 211 000 medarbetare och kunder i över 120 länder. Genom att kombinera erfarenhet och kunskap inom olika branscher och affärsfunktioner med omfattande forskning av världens mest framgångsrika företag, hjälper vi våra kunder att bli högpresterande företag och

organisationer. Accenture omsatte 21,6 miljarder dollar under räkenskapsåret som slutade den 31 augusti 2010. Besök gärna vår hemsida på www.accenture.se.

För mer information, vänligen kontakta:

Henrik Tegnér, expert på energifrågor och ansvarig för Accenture Sustainability Services i Norden

Tel: +46 (0) 8-451 34 22, E-post: henrik.tegner@accenture.com

Anna Markelius, Marknadschef, Accenture

Tel: +46 (0) 8-451 34 52, E-post: anna.markelius@accenture.com