

Informazione e concorrenza. Il ruolo del SII ***Molteplici (fino allo sviluppo delle smart grid) gli obiettivi del nuovo sistema affidato all'AU, riassunti dall'a.d. Paolo Vigevano***



Roma, 22 giugno - Rendere più agevole e sicuro lo scambio di dati nel passaggio di un cliente dal vecchio fornitore al nuovo e ridurre i costi di gestione commerciale, con possibili effetti positivi sulle bollette energetiche: sono questi alcuni dei principali obiettivi del SII (Sistema Informativo Integrato), la cui realizzazione il legislatore ha affidato ad Acquirente Unico SpA, illustrati da Paolo Vigevano, amministratore delegato della società pubblica, in occasione di una tavola rotonda AU e I-Com.

Con il completamento dell'apertura del mercato, ha ricordato Vigevano, «lo scambio di dati e l'aggiornamento delle relazioni commerciali sono le attività divenute più critiche nel nuovo contesto, costituito da circa 56 milioni di utenze (36 milioni elettrici e 20 milioni nel gas), servite da una pluralità di operatori. Nella distribuzione operano circa 500 società, di cui 130 elettriche e 370 gas, che raccolgono e conservano i dati identificativi e di consumo. Nel mercato elettrico al dettaglio ci sono più di 350 esercenti la vendita».

In particolare, «il SII, deciso con la legge 129/10 e il cui modello di governo e di funzionamento è di competenza dell'Autorità per l'Energia, costituisce una innovazione di processo, a scala nazionale, che mira a garantire che i flussi informativi tra i diversi operatori siano di elevata qualità e tempestivamente disponibili».

Al tempo stesso, «costituirà un supporto all'Autorità ai fini del monitoraggio del mercato della vendita al dettaglio, e alla rilevazione di eventuali criticità nel suo funzionamento».

In prospettiva, ha aggiunto Vigevano, «il SII potrà avere nuovi utilizzi in relazione agli ulteriori sviluppi del settore elettrico, come quelli connessi all'implementazione di smart grid».

In sostanza, ha concluso Vigevano, «il SII consentirà agli operatori e ai consumatori di fruire pienamente della concorrenza».

«La migliorata qualità e efficienza dei rapporti tra consumatori e fornitori, inoltre, avrà effetti nella maggior fiducia dei consumatori stessi nei meccanismi di mercato sui quali si fondano i diversi processi di liberalizzazione».

[22/06/2011]