

ENERGIA DIGITALE

Infrastrutture, modelli di business e ruolo del consumatore

I-Com – Roma 20 settembre 2017

L'era digitale, insieme alla generale evoluzione tecnologica, negli ultimi anni sta concorrendo a determinare nuove declinazioni del rapporto tra impresa e consumatori.

Il nostro paese sta scontando un ritardo in termini di alfabetizzazione digitale: dai dati Eurostat (2015) emerge come in Italia ben il 28% degli individui non ha mai usato internet a fronte di una media europea del 16%. Sotto il profilo dello sviluppo dell'e-commerce, la percentuale degli individui che hanno effettuato un acquisto online negli ultimi 12 mesi nel 2015 si attesta al 26%, a fronte di una media europea del 53%. Questi dati se da un lato esprimono un indubbio ritardo del nostro paese, dall'altro evidenziano la elevata potenzialità che tali ambiti avranno nel prossimo futuro, anche in considerazione del previsto superamento delle attuali tutele di prezzo e quindi una maggiore contendibilità del mercato *retail* sia per il gas naturale che per l'energia elettrica.

Di fronte a tale scenario le imprese sono pronte ad affrontare in chiave competitiva le nuove sfide che il mercato sottoporrà loro.

Queste considerazioni si ricollegano alla generale tematica della **qualità del servizio** nel settore che rappresentiamo, essendo quest'ultima fortemente influenzata dai processi tecnologici in corso. Anigas ha sempre sostenuto la necessità di contemperare la tutela del consumatore, attraverso un set minimo di regolazione, con la altrettanto doverosa tutela del mercato. In altri termini riteniamo che la peggiore "sanzione" per una azienda non sia quella che potrebbe essere applicata dalla Autorità bensì quella che arriva direttamente dal mercato in termini di "perdita del cliente". Proprio la gestione degli strumenti tecnologici citati (*web, smart phone, etc.*) dovrebbe essere lasciato alla libera iniziativa delle imprese, il tutto anche in un'ottica di leva commerciale.

Venendo a trattare questioni più specifiche, un campo in cui le sfide digitali si “sposano” con la qualità del servizio è senza dubbio rappresentato dai c.d. **contatori intelligenti**.

Qualche dato: a livello europeo oggi solo 4 paesi europei (Italia, Francia, Gran Bretagna e Olanda) hanno varato massivi programmi di installazione massiva di *smart gas meter*. Nel nostro paese ricordiamo che sono **attivi circa 23,5 milioni di contatori**, per un totale di **gas distribuito per 31 miliardi di mc** (dati 2015). Ci preme al riguardo evidenziare come tali programmi presentino da un lato aspetti di grande rilievo legati alla trasmissione e protezione dei dati, dall’altro impattino fortemente in termini di investimento per gli operatori.

Gli investimenti per l’implementazione del sistema di misura elettronico del gas sono considerevoli stimabili in un valore totale compreso tra **2,0 - 2,5 miliardi di euro**. A conclusione del piano di *roll out*, previsto dalle ultime delibere al 31/12/2018, saranno sostituiti con misuratori elettronici il 50% del parco totale dei contatori del segmento *mass market* (circa 11 milioni) e la totalità dei misuratori di taglia medio-grande (circa 500.000). Questo significa che alla fine del 2018 quasi l’80 % del totale del gas naturale distribuito sarà misurato da remoto e per più del 50% dei clienti finali saranno disponibili dati di consumo in tempo reale.

Veniamo ora ad analizzare quelli che possono essere i **vantaggi e quali le criticità/insidie di tali strumenti.**

Riteniamo che - sul primo aspetto - tali dispositivi possano rappresentare un valore aggiunto tanto per il sistema energetico nel suo complesso che per il singolo consumatore.

Il consumatore potrà beneficiare di informazioni utili per la corretta determinazione dei suoi consumi energetici, il tutto al fine di consentire una modifica delle sue abitudini di vita che lo porterà, attraverso un **uso più consapevole dell’energia**, a **minori consumi/risparmio energetico** nonché ad un maggiore rispetto per l’ambiente in un’ottica anche di aiuto alla lotta al cambiamento climatico. Per il consumatore conoscere e comprendere i propri consumi diventerà indispensabile anche per scegliere consapevolmente quale contratto sia più conveniente per lui.

Da questo punto di vista riteniamo che **gli operatori potranno giocare un ruolo fondamentale nel “capacitare” i propri clienti**, conoscendo appieno le loro caratteristiche; inoltre le aziende potendo più efficacemente conoscere profili ed esigenze dei propri clienti, **potranno avere la possibilità di orientare al meglio le loro offerte per i consumatori**, proponendo una vera offerta di servizi *customizzati* e innovativi.

Un esempio concreto e tangibile di come i contatori intelligenti possano superare problemi annosi e complessi è costituito dalle cosiddette maxi bollette da conguaglio: come noto la maggior parte di esse (non necessariamente, ricordiamolo, a debito del consumatore) traggono la loro origine dalla mancata effettuazione della lettura del contatore, attribuibile sia ad errori degli operatori, ma anche alla omissione delle autoletture da parte dei clienti ed alla impossibilità di effettuare la lettura da parte del cosiddetto “letturista”. Con la progressiva sostituzione (*roll-out*) degli attuali contatori gas con gli *smart meter*, tale criticità verrà meno, a condizione che si riesca a superare la nota problematica della inaccessibilità dei siti dove sono installati i contatori stessi.

Un punto di attenzione da affrontare sarà quello di **garantire la sicurezza nella comunicazione dei dati misurati, la riservatezza degli stessi nonché la protezione e l’accesso alle informazioni memorizzate**. Su tali aspetti la regolazione dovrà svolgere un ruolo fondamentale. Riteniamo quindi che le sfide dell’*IoT* e dei *Big Data* nel settore del gas naturale saranno fortemente stimolanti, crediamo altresì che per i consumatori, agli indubbi vantaggi derivanti dall’uso degli *smart metering*, corrisponderanno rischi “*calcolati*” che con una attenta regolazione risulteranno fortemente ridimensionati.

Un altro strumento digitale presente nel mondo nell’energia è poi rappresentato dal **Servizio Conciliazione clienti** che, insieme alle **conciliazioni paritetiche**, si sono rivelati essere delle procedure *smart*, semplici e veloci di risoluzione delle controversie tra operatore e cliente. Riteniamo che tali strumenti debbano quindi essere preservati e valorizzati nell’attuale ed importante processo di razionalizzazione della tutela del consumatore, avviato dalla Autorità, preservando comunque quell’alveo di volontarietà nel quale tali dispositivi sono nati e si sono sviluppati.

In **termini conclusivi** riteniamo che il settore dell’energia e quello del gas naturale in particolare siano fortemente impattati dall’evoluzione tecnologica e dalle trasformazioni sociali che tale evoluzione comporta. Ci sembra auspicabile e corretto che in un mercato libero e concorrenziale i primi soggetti deputati a gestire tali nuove opportunità siano proprio gli operatori, il tutto nell’ottica di realizzare quella “capacitazione” del cliente finale – **consumatore** che potrà così diventare **soggetto attivo nel mercato dell’energia**.