

Sistema Informativo Integrato, Pèruzy: uno strumento per il mercato

Dischiudere il potenziale dei mercati energetici, sviluppare offerte innovative e customizzate a vantaggio di tutti e stimolare una partecipazione veramente attiva della domanda al mercato. Questi gli obiettivi che consente di impostare il Sistema Informativo Integrato, una piattaforma trasparente, aperta e ad accesso condiviso che realizza, in queste settimane, gli obiettivi posti a suo tempo dalla legge.

Roma 23/11/2016 – “Il settore elettrico si appresta a un cambiamento epocale: dalla “semplice” vendita dell’energia ai servizi ad essa connessi. Qui emerge con forza l’importanza di una piattaforma trasparente, aperta e ad accesso condiviso qual è il SII”.

Lo ha dichiarato Andrea Pèruzy, Presidente e AD di Acquirente Unico, nel corso del convegno organizzato da Acquirente Unico e I-Com “Più informazione, più mercato. Il ruolo del Sistema Informativo Integrato”.

“Oggi potremmo assumere un taglio celebrativo, per aver raggiunto tutti gli obiettivi assegnati dal legislatore al SII – ha continuato Pèruzy- ma guardiamo invece al futuro. Con il procedere del percorso di liberalizzazione del mercato dell’energia per i piccoli consumatori, che interesserà circa **24 milioni di famiglie e PMI**, il SII dovrà svolgere, sotto il controllo della normativa e della regolazione, una funzione decisiva in vista di un approccio innovativo al mercato retail”.

“Possiamo ipotizzare – conclude Pèruzy - tre passaggi nello sviluppo del mercato per cui il SII si candida ad essere protagonista. Primo l’accesso del consumatore ai propri dati che resteranno sempre utilizzabili, anche se cambierà venditore e distributore. Secondo l’accesso, ben regolato, di operatori professionali (del mercato energetico e non solo) a dati aggregati che consentano di sviluppare offerte innovative. Terzo, l’aggiunta ai dati del SII di informazioni (ad esempio di prezzo, ma non solo) che consentano, da un lato, ai regolatori e al legislatore un monitoraggio più attento degli andamenti del mercato, per individuare e correggere anomalie, migliorare la regolazione a vantaggio dei consumatori e, dall’altro, di implementare nuove politiche pubbliche (ad esempio i bonus sociali) relative al settore”. -