



Seminario ad invito

Sfide ed opportunità per un mercato elettrico sempre più digitale

26 ottobre 2016

Ore 17:30 – 19:30

c/o sede ERG - Via L. Bissolati 76, Roma

Il numero di operatori nel mercato libero della vendita di energia elettrica sta crescendo rapidamente, confermando quindi un trend di espansione che perdura quasi ininterrottamente dal 2008. Un elemento degno di nota, sintomo della crescente consapevolezza delle opportunità e delle nuove potenzialità offerte dal mercato.

In quest'ottica di evoluzione e innovazione, l'utilizzo delle tecnologie digitali e dell'*Internet of Things* potrebbe rappresentare una svolta nei modelli di mercato ed offrire agli operatori nuove prospettive di crescita.

La diffusione di dispositivi di rete dotati di "intelligenza" e connettività proprie - *Smart Grid*, contatori elettronici di seconda generazione - unita al flusso informativo disponibile sul *web*, permette da un lato una più efficiente gestione dei flussi di energia e dall'altro una personalizzazione dell'offerta sempre più spinta e vicina al cliente, incentivandone la partecipazione al mercato elettrico.

Grazie a protocolli di *Demand Side Management* e agli stimoli provenienti lato offerta, il cliente ha la possibilità di modificare il proprio profilo di prelievo ed immissione a fronte della disponibilità di segnali di prezzo; allo stesso modo, il venditore potrà muoversi sinergicamente, accrescendo le proprie opportunità di *business*.

L'ondata digitale che attraversa il comparto elettrico guarda infatti anche il versante della produzione: l'opportunità di monitoraggio in tempo reale dei diversi impianti in portafoglio può generare un prezioso database informativo, utile ad adeguare la propria strategia di offerta sul mercato con estrema velocità e flessibilità.

Un'evoluzione quindi già in atto che si preannuncia positiva per il mercato e per i consumatori, stimolati a superare i classici meccanismi di fornitura in "maggior tutela". Ma quali sono effettivamente gli spazi e le potenzialità dello sviluppo di servizi digitali in questo mercato? E quali ad oggi i principali driver – normativi, tecnologici, regolatori, di mercato e comportamentali – che possono favorirne o limitarne lo sviluppo? Come si presenta oggi il mercato italiano di fronte a questa sfida?