

**Documento di Consultazione della
Autorità per l'energia elettrica il gas e il settore idrico
Delibera 186/2015/R/eel**

***ENERGY FOOTPRINT: MESSA A DISPOSIZIONE DEI DATI
DI CONSUMO STORICI DI ENERGIA ELETTRICA AI CLIENTI
FINALI IN BASSA TENSIONE***

Orientamenti per l'attuazione delle disposizioni di cui all'articolo 9, comma 6, lettera b) del decreto legislativo n. 102/2014, con riferimento al settore elettrico

Contributo di Telecom Italia

Telecom Italia accoglie con favore le iniziative dell’Autorità per l’energia elettrica il gas e il sistema idrico (di seguito: Autorità) volte a rendere disponibili ai clienti finali in bassa tensione i dati relativi ai propri consumi di energia elettrica. Grazie a tali dati, i clienti finali potranno avere una maggiore consapevolezza circa i propri comportamenti di consumo e potranno fruire di nuovi servizi a valore aggiunto. Telecom Italia è quindi lieta di poter fornire il proprio contributo al Documento di Consultazione 186/2015/R/eel (di seguito: DCO).

1. CONSIDERAZIONI GENERALI

L’interesse di Telecom Italia nell’ambito delle soluzioni efficienti per l’utilizzo dei dati di misura dell’energia elettrica nasce dalla possibilità di cogliere opportunità di business e di contribuire all’innovazione ecologicamente sostenibile del settore energetico e del paese. Telecom Italia, infatti, si propone come fornitore sia di servizi di comunicazione basati sulle proprie reti (esistenti o di nuova generazione), sia delle piattaforme *cloud* di gestione ed elaborazione dei dati. Inoltre, l’esperienza nelle attività di *CRM*, *pricing* e *billing* che caratterizzano il comparto TLC e la grande attenzione verso le tematiche di *privacy* e *security*, consentono oggi a Telecom Italia di candidarsi come solido interlocutore per la fornitura di servizi alle utilities e agli operatori dell’energia.

Telecom Italia, inoltre, da anni collabora all’interno dell’associazione Energy@home con oltre venti differenti realtà aziendali, al fine di costituire un “ecosistema” in ambito residenziale che miri all’efficienza energetica. Utilizzando un unico protocollo di comunicazione, non proprietario e standardizzato, gli apparati domestici possono comunicare sia mediante lo Smart Info con il contatore elettronico sia mediante il modem con tablet, computer e smartphone. Tale ecosistema diviene così lo strumento per fornire ai consumatori nuovi servizi di *smart consumption*, di *smart home* e di *Demand-Response*.

Telecom Italia, valuta quindi molto positivamente l’approccio sistemico e rivolto al futuro contenuto nel DCO. Si ritiene, infatti, particolarmente condivisibile la grande attenzione rivolta alla *customer awareness* e ai temi di *privacy* e *security*.

Inoltre, si ritiene particolarmente condivisibile l’impostazione di fondo in base alla quale la possibilità di **mettere a disposizione i dati di consumo** sia da considerare un’opzione a disposizione del venditore, assicurando però al cliente finale, anche fornito nell’ambito del servizio di maggiore tutela, la possibilità di ottenere tali dati storici **attraverso un’offerta commerciale, sviluppata non solo da parte dei medesimi venditori di energia, ma anche da parte di altri soggetti commerciali interessati** (a titolo di esempio, nel DCO sono riportati i costruttori di apparecchi elettrodomestici, i fornitori d’impiantistica domestica e di

prodotti e servizi domotici, gli operatori di servizi di telecomunicazione). Si tratta dell'impostazione contenuta anche nella Direttiva 2012/27/UE, che all'articolo 9, comma 2, lettera d, prevede che "se il cliente finale lo richiede, i dati del contatore relativi all'immissione e al prelievo di energia elettrica siano messi a sua disposizione o a disposizione di un terzo che agisce a suo nome [...]".

Altrettanto importanti appaiono gli scenari prospettici richiamati anche, ma non solo, per la seconda generazione di contatori elettronici, come l'interoperabilità con i dispositivi di terze parti, il trattamento dei dati da parte di soggetti terzi, l'evoluzione di sistemi interattivi volti alla diffusione del *dynamic pricing* e all'aggregazione della domanda attiva. Si invita pertanto l'Autorità a **non limitare le informazioni da rendere disponibili al cliente ai soli dati "non validati"**, in quanto una simile limitazione impedirebbe un veloce sviluppo di nuovi servizi collegati alla fatturazione (vedi *dynamic pricing* e *Demand-Response*), capaci di migliorare le performance energetiche dell'intero sistema.

Analogamente, si ritiene che l'opportunità di **fornire misure orarie** (si veda punto 2.13 del DCO), debba essere accolta positivamente fin da ora **solo se tali misure possano essere "validate"**, in caso contrario una simile opportunità rischierebbe di non aggiungere alcun valore rispetto alla sola messa a disposizione dei dati storici corrispondenti agli intervalli di fatturazione, così come descritto nel capitolo 4 del DCO. Inoltre, al fine di ottenere un sistema quanto più capace di fornire dati affidabili e utilizzabili con certezza, sarebbe opportuno stabilire/dichiarare quali siano le **caratteristiche tecniche e le prestazioni garantite dei dispositivi à la Smart Info**. Sulla base di tali caratteristiche e prestazioni, quindi in base alla capacità oggettiva di garantire minime differenze tra i dati acquisiti mediante tali dispositivi e i dati di misura validati dal distributore, sarà possibile definire la "classe di servizio" e l'affidabilità dei dispositivi medesimi, dalle quali non può che discendere il valore stesso dei dispositivi. Risulta, infatti, evidente che, anche con un semplice servizio di monitoraggio energetico, se i dati corrispondenti al profilo temporale di consumo dovessero essere regolarmente e sostanzialmente diversi dai dati validati usati in sede di fatturazione, l'affidabilità del fornitore di tale servizio (chiunque esso sia, peraltro) sarebbe gravemente compromessa, insieme alla propria reputazione e al valore intrinseco del business in questione.

2. GLI SPUNTI PER LA CONSULTAZIONE CONTENUTI NEL DCO

S1.	Osservazioni sul modello proposto di messa a disposizione al cliente finale dei dati corrispondenti agli intervalli di fatturazione da parte del venditore.
S2.	Osservazioni sui tempi necessari per mettere a regime, da parte del venditore, la messa a disposizione al cliente finale dei dati corrispondenti agli intervalli di fatturazione e sui livelli di servizio da prevedere per il distributore.
S3.	Osservazioni sulle prescrizioni applicabili agli esercenti di maggiore tutela per la messa a disposizione dei dati storici di consumo corrispondenti agli intervalli di fatturazione.

Telecom Italia ritiene che, per quanto riguarda la messa a disposizione ai clienti finali dei dati storici corrispondenti agli intervalli di fatturazione, il modello proposto dall'Autorità sia in larga parte condivisibile e realisticamente implementabile con costi e tempi di realizzazione contenuti.

Si ritiene, però, necessario prevedere che **tali dati storici di consumo, corrispondenti agli intervalli di fatturazione**, evidentemente senza i relativi dati economici riportati nelle fatture del venditore, **siano resi disponibili** dai distributori e, a regime, dal solo Sistema Informativo Integrato (di seguito: SII) **anche ai soggetti terzi appositamente autorizzati dal cliente finale**. A tale pro, si ricorda che l'articolo 10, comma 3, lettera a della Direttiva 2012/27/UE prevede che “nella misura in cui sono disponibili informazioni relative alla fatturazione energetica e ai consumi storici dei clienti finali, queste siano rese disponibili, su richiesta del cliente finale, a un fornitore di servizi energetici designato dal cliente finale”. A titolo di esempio si considera un possibile fornitore che offra servizi di audit energetici, di *energy management* e anche un servizio a supporto della scelta della miglior offerta commerciale per l'acquisto di energia rispetto al profilo di consumo del cliente finale. Sulla base di tale servizio il cliente potrebbe immediatamente comparare il costo del servizio offerto dal proprio venditore con le altre offerte presenti sul mercato, sapendo che tale confronto si basa proprio sui dati di consumo oggetto di fatturazione e non loro stime/approssimazioni.

A supporto del modello ipotizzato dall'Autorità nel capitolo 3 del DCO, si evidenzia la necessità che i dati di consumo siano messi a disposizione in modalità *web service* con accesso in tempo reale (quindi via *web*, previa autenticazione), non con un'interfaccia grafica *web*, bensì mediante un'**interfaccia ICT** (quindi sotto forma di dati, ad esempio in formato XML). Inoltre, auspicando che si giunga quanto prima all'implementazione dei processi relativi alla gestione dei dati di misura nell'ambito del SII e che a regime tale soggetto sia l'unico “gestore centrale” dei dati dei clienti finali, si ritiene necessario prevedere l'**uniformità** dell'interfaccia *ICT* con cui sono messi a disposizione tali dati dai differenti distributori (e dal SII), onde non costringere venditori e soggetti terzi autorizzati dai clienti a sostenere eccessivi costi di “adattamento” delle informazioni. Analogamente, è necessario prevedere che **i distributori non possano unilateralmente cambiare l'interfaccia ICT**, se non in modo uniforme e in accordo con le parti. Da quanto sopra emerge la necessità di individuare/normare, ad esempio mediante l'istituzione di un apposito **tavolo**

tecnico che coinvolga le parti interessate, sia l'interfaccia *ICT* sia le meccaniche di autenticazione atte a dimostrare l'autorizzazione dell'utente all'acquisizione dei propri dati di consumo.

Infine, si sottolinea l'importanza di rendere disponibile ai clienti finali sia il dato relativo alla potenza massima effettivamente prelevata, sia i dati relativi a generazione, immissione in rete e prelievo per i c.d. *prosumer*.

S4. Osservazioni sul modello proposto di messa a disposizione al cliente finale dei dati corrispondenti al profilo temporale di consumo da parte del venditore o di altro soggetto commerciale interessato.

Come anticipato nelle considerazioni generali, si concorda con il modello proposto di messa a disposizione al cliente finale dei dati corrispondenti al profilo temporale di consumo, così come descritto nel capitolo 4 del DCO. In particolare, si concorda circa la possibilità che **“anche altri soggetti commerciali interessati, diversi dai venditori di energia elettrica, possano fornire [tale] servizio”** (si veda paragrafo 4.5 del DCO) e che **anche nell'ambito del servizio di maggior tutela** il cliente abbia la possibilità di ottenere i “dati storici attraverso un'offerta commerciale, sviluppata non solo da parte dei venditori di energia elettrica interessati a fornire questo tipo di servizio, ma anche di altri soggetti commerciali interessati” (si veda paragrafo 4.3 del DCO).

Analogamente con quanto riportato nel seguito del documento (si veda la successiva risposta allo spunto per la consultazione S6.), si ritiene che **i dati storici di consumo**, siano essi corrispondenti agli intervalli di fatturazione oppure corrispondenti al profilo temporale di consumo, **dovrebbero essere utilizzabili sia dai venditori sia da soggetti terzi appositamente autorizzati dal cliente finale**. Ritenendo, peraltro, che **l'esercente della maggior tutela non dovrebbe effettuare attività di natura commerciale che “eccedano” un set minimo di prestazioni garantite all'utente finale**, i clienti serviti in regime di maggior tutela dovrebbero rivolgersi a un venditore o ad un altro soggetto commerciale per fruire di offerte (senza necessariamente passare al mercato libero per la fornitura elettrica) che rendano disponibili i dati di consumo e possibili servizi aggiuntivi di *energy management*, di efficienza energetica, ecc. In caso contrario, si rischierebbe da un lato un appesantimento del funzionamento e dei costi complessivi per il sistema elettrico, visto l'obbligo per l'esercente della maggior tutela ad attrezzarsi per fornire ai utenti i servizi oggetto del DCO (alla luce dell'ipotesi normativa di concludere l'esperienza del regime di maggior tutela entro il 2018), dall'altro una possibile distorsione del nuovo mercato, prevedendo che l'esercente sfrutti un indebito vantaggio competitivo, derivante dal propria attività regolata, nel fornire nuovi servizi agli utenti finali.

Si coglie, infine, l'occasione per ribadire la necessità di trovare le modalità, economicamente sostenibili e tecnologicamente percorribili, per far in modo che **i dati di consumo utilizzati possano essere di tipo “validato”**, al fine di facilitare lo sviluppo di un mercato per la gestione attiva della domanda (*dynamic*

pricing, Demand-Response, aggregazione della domanda) e per garantire l'affidabilità dei servizi a valore aggiunto post contatore. In caso contrario, si ritiene comunque opportuno individuare dei requisiti o delle caratteristiche tecniche atte a garantire che i dati, pur non validati dal distributore, siano ragionevolmente certi qualora forniti da strumenti predisposti dal distributore medesimo. Oltre, quindi, a garantire determinate classi di servizio (ad es. in termini di percentuale di dati "corretti", cioè in linea con quelli validati, sul totale delle informazioni rese disponibili), sarebbe utile prevedere l'utilizzo di una "firma digitale" a garanzia che il dato provenga dal prodotto e dal contatore del distributore.

S5. Osservazioni sull'approccio "*market based*" proposto e in particolare sui criteri a cui l'impresa distributrice che ha ideato il dispositivo collegato al contatore tramite la linea elettrica dovrebbe attenersi per formulare all'Autorità una proposta dettagliata per la formazione del prezzo finale ai soggetti commerciali interessati ad acquistare tali dispositivi per inserirli nella propria offerta ai clienti finali.

Telecom Italia ritiene corretto che l'Autorità individui delle **forme di controllo e/o regolazione**, applicabili ai distributori concessionari, per le attività connesse alla realizzazione e diffusione dei dispositivi posti in casa del cliente e collegati al misuratore attraverso la linea elettrica (c.d. "soluzione B", si veda l'Allegato 1, paragrafo A-2, del DCO), al fine di favorirne lo sviluppo secondo logiche di trasparenza e concorrenza. Si condivide, inoltre, che **i costi connessi alla realizzazione su larga scala di tali dispositivi siano attribuiti agli utenti che ne richiedono l'utilizzo e non siano, invece, socializzati** mediante il ricorso alle componenti tariffarie a carico di tutti gli utenti del sistema elettrico.

Si evidenzia, però, come sia necessario un **maggiore approfondimento circa le modalità per rimuovere il vantaggio competitivo** relativo a componenti applicative e al *display* distribuito nel *kit* ai clienti coinvolti nelle **sperimentazioni già promosse dall'Autorità** (si veda il paragrafo 5.5, lettera b, del DCO):

- In primo luogo, infatti, si valuta molto positivamente la **prevista disclosure tecnica del disegno e delle specifiche tecniche del dispositivo**, affinché venditori e altri soggetti possano concepire soluzioni integrate con i propri prodotti/servizi. In particolare, si propongono i seguenti tre livelli di *disclosure* tecnica relativi a:
 - o Specifiche tecniche necessarie ad un soggetto terzo per integrare la funzionalità di "dispositivo abilitante", ad esempio lo Smart Info di Enel Distribuzione, in un nuovo prodotto (un elettrodomestico, un dispositivo da quadro elettrico, un modem/router, ecc.) nella forma di una *board Piggyback*. Per *board Piggyback* si intende un elemento - *chip* o circuito - che i distributori costruiscano autonomamente e forniscano agli acquirenti

- interessati, senza che sia necessaria la *disclosure* del protocollo di comunicazione PLC del misuratore elettronico e senza che gli attuali profili di sicurezza siano alterati;
- Specifiche tecniche necessarie ad un soggetto terzo per sviluppare un *dongle* USB da collegare al dispositivo abilitante, ad esempio per integrare nel *dongle* nuovi protocolli di comunicazione quali LTE o GPRS. Ad oggi, infatti, lo Smart Info di Enel Distribuzione è dotato di una porta USB che può essere utilizzata o per collegare via cavo un *display*, oppure per inserire un apparato trasmissivo (il *dongle*, appunto), ma in entrambi i casi tali componenti aggiuntive sono prodotte unicamente dalla sola Enel Distribuzione;
 - Specifiche tecniche necessarie ad un soggetto terzo per sviluppare un *software* che comunichi con il dispositivo abilitante mediante i protocolli di comunicazione resi disponibili dal distributore (protocollo REST su WiFi, protocollo ZigBee, ecc.);
- In secondo luogo, però, pur condividendo gli obiettivi di tale approccio, si evidenzia come l'eventuale **disponibilità gratuita** delle applicazioni sviluppate dai distributori nel corso delle sperimentazioni *smart grid* **potrebbe distorcere la concorrenza** per i nuovi servizi offerti dai venditori e dagli altri soggetti interessati e potrebbe limitare le opzioni, i servizi e, in altri termini, il valore disponibili per il cliente finale. In particolare, risulta evidente che, qualora le applicazioni dei distributori coinvolti nelle sperimentazioni fossero offerte gratuitamente, per i venditori e gli altri *service provider* sarebbero limitate le opzioni per vedere remunerati i propri investimenti per lo sviluppo di applicazioni analoghe (mentre i costi sostenuti dai distributori sono stati "assorbiti" nei progetti sperimentali promossi dall'Autorità) e ciò si tradurrebbe in una minore competizione su questi mercati nascenti e in un minore valore per il cliente finale. **Si propone quindi di limitare il ruolo del distributore alla sola fornitura all'ingrosso del dispositivo abilitante, evitando in modo particolare la fornitura di altre componenti, quali il display e le app.** Infatti, in primo luogo il *display* collegato al dispositivo alla Smart Info sarebbe una soluzione chiusa e verticale, utilizzabile solo per i dati di consumo elettrico, mentre le medesime informazioni possono essere fruite mediante *Smartphone*, *Tablet*, *PC* e *Smart TV* senza ricorrere ad apparati (e relativi costi) *ad hoc*. In secondo luogo, i servizi e le app che rendono disponibili i dati di consumo dovrebbero competere tra loro sia in ottica di aumento delle funzionalità offerte ai clienti finali, sia in ottica di riduzione dei costi stessi, arrivando anche ad offerte eventualmente gratuite. Si ritiene che tali servizi debbano essere resi disponibili ai clienti finali da parte non dei concessionari pubblici, bensì di venditori di energia e *service provider* terzi. Inoltre, al fine di valorizzare le *app* sviluppate nel corso delle sperimentazioni promosse dall'Autorità, si potrebbe prevedere che delle opportune forme di *disclosure* a favore dei soggetti interessati.

Con riferimento all'approccio *market-based* per la diffusione dei dispositivi, si ritiene che sia economicamente più efficiente rispetto all'approccio tariffario e che sia necessario individuare le modalità che garantiscano sia la parità di accesso alla soluzione, in modo trasparente e non discriminatorio, sia l'eliminazione di posizioni dominanti di soggetti verticalmente integrati.

Operativamente, nel DCO è previsto che i distributori dovranno proporre al regolatore una **modalità di dettaglio per la formazione del prezzo di vendita all'ingrosso del dispositivo ai soggetti interessati**, che risponda ai seguenti criteri (si veda il paragrafo 5.21 del DCO):

- a. Fase di *disclosure* tecnica qualora il distributore abbia beneficiato di incentivi nel corso delle sperimentazioni promosse dall'Autorità;
- b. Trattamento non discriminatorio di tutti i soggetti interessati all'acquisto "all'ingrosso";
- c. Meccanismo di "*market test*" che, attraverso un sistema di "prenotazioni", faccia emergere l'interesse dei soggetti commerciali, collegando le offerte di acquisto ai possibili prezzi;
- d. Procedura di gara per la realizzazione dei dispositivi nelle quantità emerse dal market test;
- e. Meccanismo di *profit-sharing* "a metà" tra distributore e acquirenti "all'ingrosso";
- f. Trasparenza sulle condizioni di partecipazione e sui risultati della procedura competitiva.

In merito a tali criteri si evidenzia, però, la necessità di **ulteriori approfondimenti** per quanto riguarda:

- La **definizione delle caratteristiche tecniche e delle prestazioni garantite**. Il valore dei dispositivi, infatti, discende da tali caratteristiche, pertanto il distributore dovrà esplicitare quali siano le prestazioni offerte in termini, ad esempio, di elenco di dati che saranno resi disponibili, frequenza di acquisizione dei dati, ritardo massimo nella lettura del dato, percentuale di dati che potranno essere modificati dopo la validazione, tempi di attivazione, disponibilità del sito/piattaforma per la gestione remotizzata del dispositivo (*enrollment*), ecc. Pur in assenza di dati validati dal distributore, si ritiene necessario che siano definite delle soglie minime di affidabilità dei dati forniti dal dispositivo. Inoltre, nel caso in cui il distributore non possa garantire prestazioni comparabili su tutto il territorio nazionale, è necessario definire corrispondentemente delle classi di servizio e di relativo costo;
- I **temi di natura contrattuale** tra distributore/fornitore e acquirenti all'ingrosso del dispositivo, quali la garanzia, le certificazioni del prodotto, l'assistenza tecnica, ecc. In particolare si propone di esplicitare che il fornitore sia responsabile del corretto funzionamento del prodotto, secondo le specifiche dichiarate, e che la sostituzione e/o la riparazione del prodotto in caso di guasto debba essere garantita in base alla normativa vigente ed eventualmente personalizzata su base contrattuale.

- **L'uniformità del prezzo** e del corretto **modello di profit-sharing**. Il distributore che intendesse vendere all'ingrosso il tipo di dispositivo in questione si troverebbe evidentemente in una posizione monopolistica, ma non sembra del tutto corretto far discendere da tale considerazione l'uniformità di prezzo all'ingrosso per tutti gli acquirenti a prescindere dalle quantità "prenotate", sebbene si riconosca che sia una soluzione di facile implementazione e che garantirebbe comportamenti pro-competitivi anche nel caso di distributori integrati con società di vendita o che offrano i servizi in questione. Inoltre, in merito al *profit-sharing*, non si ritiene corretto che il distributore che abbia sviluppato un prodotto nel corso di sperimentazioni promosse dall'Autorità, possa trarre profitto (e margine) dall'attività di fornitura del medesimo prodotto ad altri soggetti. Di conseguenza, il prezzo di vendita all'ingrosso dovrebbe unicamente essere orientato al costo di produzione, così come risultante dalla procedura di gara per la realizzazione dei dispositivi nelle quantità emerse dal market test (paragrafo 5.21, lettera d del DCO). Qualora, invece, l'Autorità intendesse mantenere una forma di *profit-sharing* tra distributore e acquirenti all'ingrosso, tale meccanismo dovrebbe necessariamente includere anche una **condivisione dei rischi** (ad esempio, di magazzino) e non solo dei profitti. La condivisione anche dei rischi sarebbe finalizzata a evitare nuove posizioni di sola rendita direttamente derivanti da posizioni di monopolio e da attività incentivate dall'Autorità;
- **Il riconoscimento per l'attività innovativa svolta dai distributori** che abbiano sviluppato i dispositivi in questione. Come anticipato sopra, qualora i distributori abbiano beneficiato di incentivi nel corso delle sperimentazioni promosse dall'Autorità, garantire un'ulteriore remunerazione per l'attività innovativa potrebbe configurarsi come un'eccessiva remunerazione del concessionario pubblico. Da un lato, infatti, si finanzia l'attività innovativa del concessionario pubblico mediante il ricorso a agevolazioni tariffarie gravanti sul sistema energetico, dall'altro si consentirebbe a tali soggetti di mettere a valore tale attività, facendo sì che la fornitura dei prodotti in questione (in regime di sostanziale monopolio) consenta di creare dei margini. Di conseguenza si propone che il prezzo di vendita del prodotto sia orientato al costo;
- **La gestione degli ordini successivi al primo**. Il modello ipotizzato dall'Autorità (paragrafo 5.21 del DCO) sembra optare per un'unica fase di prenotazione e acquisto dei prodotti, non considerando la possibilità per gli acquirenti all'ingrosso di effettuare più ordini/acquisti nel tempo. È però ormai prassi comune procedere con ordini di dimensioni contenute: in una prima fase, per testare sul mercato l'*appeal* commerciale del prodotto e dell'offerta, nelle fasi

successive per ridurre il rischio di magazzino. Nel normale rapporto tra produttore e acquirente all'ingrosso si giunge normalmente a un compromesso tra esigenze commerciali, produttive e logistiche, cercando di ridurre al minimo necessario sia i quantitativi da acquistare e produrre, sia i tempi di prenotazione, produzione e spedizione. Appare quindi necessario trovare una formula più in linea con le attuali politiche di acquisto dei prodotti, che consenta di meglio calibrare nel tempo i volumi da acquistare e produrre, almeno considerando la necessità di effettuare ordini e acquisti ripetuti nel tempo.

Per i motivi evidenziati sopra, si avanza una proposta relativa sia al meccanismo di acquisto e formazione del prezzo previsto nel paragrafo 5.21 del DCO, sia ai criteri di fondo ai quali attenersi. Per questi ultimi, si ritiene che oltre a garantire la fase di *disclosure* tecnica di cui al paragrafo 5.5 del DCO, il trattamento non discriminatorio di tutti i soggetti interessati ad acquistare "all'ingrosso" il dispositivo e la trasparenza sulle condizioni di partecipazione e sui risultati delle procedure competitive (si veda il paragrafo 5.21, lettere a., b. e f., del DCO), sarebbe opportuno considerare anche la trasparenza sulle specifiche tecniche e sulla qualità del servizio, oltre alla imprescindibile flessibilità. Si ritiene quindi necessaria una fase preliminare di definizione/esplicitazione delle caratteristiche tecniche e delle prestazioni garantite del prodotto alla Smart Info, così come l'introduzione di meccanismi di flessibilità per quanto riguarda i volumi e le tempistiche di acquisto all'ingrosso, ma anche per l'eventuale personalizzazione estetica e tecnica del prodotto.

Di conseguenza, la modalità di acquisto e formazione del prezzo che si propone prevede:

- a. La fase di *disclosure* tecnica e di definizione/esplicitazione delle caratteristiche tecniche e delle prestazioni garantite del prodotto;
- b. Un meccanismo di *market assessment*, analogo al *market test* proposto dall'Autorità, che faccia emergere il possibile interesse dei soggetti commerciali tramite opportune "prenotazioni" **NON VINCOLANTI**, collegando le offerte di acquisto ai possibili prezzi che si possono formare in esito a un processo competitivo. Per poter accedere al *market assessment*, potrebbe essere previsto per i partecipanti il pagamento di un contributo al distributore che lo organizza, in tal modo si garantirebbe sia il regolare svolgimento di tale meccanismo, con dichiarazioni realistiche dei partecipanti (visto il carattere non vincolante delle proprie "prenotazioni"), sia la copertura dei soli costi amministrativi del distributore legati all'organizzazione del *market assessment* (non quindi per la copertura dei costi di sviluppo, ingegnerizzazione e produzione del prodotto);
- c. Lo svolgimento di una procedura di gara trasparente per la realizzazione dei dispositivi sulla base di possibili quantità;

- d. La selezione, in esito a tale procedura di gara, di alcuni fornitori (a titolo di esempio, tre) da parte del distributore. I fornitori selezionati dovrebbero esplicitare le quotazioni (volumi, prezzi e tempi di produzione e consegna) per:
- la produzione del prodotto standard in base ai volumi complessivi ordinate dagli acquirenti all'ingrosso;
 - le eventuali lavorazioni richiedibili per personalizzare il prodotto su richiesta degli acquirenti: ad esempio per apporre un brand, per esigenze di packaging, per modificare alcune caratteristiche tecniche e così via;
 - la produzione della *board* di tipo *Piggyback*, affinché il sistema che consente di interfacciarsi con il contatore elettronico possa essere integrato all'interno dei dispositivi offerti dagli acquirenti all'ingrosso;
- e. La stipulazione dei contratti per la fornitura dei prodotti, delle *board Piggyback* e dell'eventuale personalizzazione, direttamente tra acquirente e produttore, in modo che il distributore non debba fungere da intermediario, né sostenere dei costi. In particolare:
- I produttori dovrebbero prevedere delle periodiche fasi di raccolta di ordini dagli acquirenti, ad esempio ogni tre mesi. In alternativa si potrebbero lasciare tali aspetti alla libera contrattazione tra le parti;
 - La garanzia del minor prezzo possibile dovrebbe derivare dalla competizione tra i produttori selezionati dal distributore e dalla visibilità delle quotazioni espresse dai fornitori (le quotazioni, periodicamente aggiornabili, sarebbero uguali per tutti i possibili acquirenti);
 - La definizione solo in fase contrattuale dei volumi vincolanti sia per gli acquirenti all'ingrosso sia per i fornitori, così come delle eventuali personalizzazioni;
 - La previsione in tali contratti tra produttori e acquirenti di tutte le necessarie garanzie sulla base della normativa vigente e delle specifiche dichiarate: Inoltre i contratti, almeno per gli aspetti economici, potrebbero essere resi accessibili all'Autorità, al fine di verificare il corretto svolgimento del mercato;
- f. La disintermediazione del distributore, che garantirebbe su nuovi mercati l'assenza di posizioni dominanti basate sulla concessione pubblica e sui protocolli di comunicazione chiusi e proprietari dei contatori elettronici. Nel caso in cui il distributore abbia sviluppato il prodotto nel corso di sperimentazioni promosse dall'Autorità, non sarebbe quindi riconosciuto un profitto. In caso contrario, tale profitto potrebbe emergere durante la gara per la selezione dei

possibili fornitori, i quali dovrebbe quotare anche il possibile contributo da versare al distributore medesimo.

Inoltre, potrebbe essere opportuno verificare/prevedere le **modalità tecniche per gestire lo switch** tra differenti *service provider* o venditori nel caso in cui il dispositivo resti nella titolarità del cliente finale e un nuovo *service provider* lo utilizzi per fornire un proprio servizio. Ovviamente, tale considerazione sarebbe superabile nel caso in cui il prodotto fosse autoconfigurabile dal cliente o successive configurazioni possano essere gestite da remoto dal nuovo fornitore.

Infine, come evidenziato sopra, si ritiene necessario che i dispositivi debbano essere forniti **privi di brand commerciale dell'impresa distributrice** che lo ha sviluppato e che sia possibile richiedere una personalizzazione estetica. Altrettanto importante risulta essere la possibilità che tali prodotti siano dotati di funzionalità di **autoconfigurazione (plug&play)** o, in subordine, che sia resa disponibile al venditore e ai soggetti interessati un'interfaccia *ICT* di tipo *web based*, per attivare il dispositivo medesimo (*enrollment*).

S6. Osservazioni sulla soluzione prospettata per la messa a disposizione dei dati storici corrispondenti ai profili temporali di consumo ai clienti del servizio di maggior tutela.

Riepilogando alcune delle considerazioni già espresse in precedenza, Telecom Italia:

- Apprezza gli sforzi dell'Autorità al fine di assicurare che anche i clienti serviti in maggior tutela possano comunque disporre dei propri dati di consumo, e quindi dell'eventuale dispositivo messo a punto dal distributore, senza dover per forza rivolgersi alle offerte del mercato libero per la fornitura di energia elettrica;
- Concorda con l'Autorità circa la necessità di garantire che i costi connessi alla fornitura di tali dispositivi siano attribuiti agli utenti che ne richiedono l'utilizzo e non siano socializzati mediante meccanismi tariffari;
- Ritiene che i dati storici di consumo, siano essi corrispondenti agli intervalli di fatturazione oppure corrispondenti al profilo temporale di consumo, dovrebbero essere utilizzabili sia dai venditori sia da soggetti terzi appositamente autorizzati dal cliente finale;
- Considera che l'esercente della maggior tutela non dovrebbe, in linea di principio, effettuare attività di natura commerciale come la fornitura di dispositivi per la messa a disposizione dei dati. Pertanto, si ritiene che i clienti serviti in regime di maggior tutela dovrebbero rivolgersi a un venditore o ad un altro soggetto commerciale per fruire di offerte (senza passare alle offerte del mercato libero) che attraverso i dispositivi in questione rendano disponibili i dati di consumo e possibili servizi aggiuntivi di *energy management*, di efficienza energetica, ecc. Una simile

considerazione, peraltro, appare coerente con l'approccio dell'Autorità secondo il quale il dispositivo collegato al contatore attraverso la linea elettrica non sarebbe da intendere come una "estensione del misuratore" e, in quanto tale, non farebbe parte dell'attività di misura dell'energia elettrica.

Per i motivi sopra esposti, si ritiene che **non sia necessario prevedere il meccanismo di acquisto del dispositivo da parte degli esercenti di maggior tutela mediante l'Acquirente Unico, né la fissazione da parte dell'Autorità di un corrispettivo massimo** da applicare al richiedente, qualora questo sia un cliente servito in regime di maggior tutela. Anzi, l'eventuale combinato disposto di queste due previsioni da un lato potrebbe distorcere la concorrenza sui nuovi mercati di servizi post contatore, dall'altro condurrebbe ad un appesantimento del funzionamento del servizio offerto in regime di maggior tutela e, quindi, dei costi complessivi (in particolare alla luce della possibile soppressione del regime di maggior tutela entro il 2018). Qualora l'Autorità procedesse ugualmente come ipotizzato nel DCO, sarebbe necessario prevedere che:

1. L'esercente della maggior tutela possa offrire all'utente un mero servizio di messa a disposizione dei dati di consumo, le cui modalità dovrebbero essere uguali per tutti tali esercenti e definite dall'autorità;
2. Il servizio e il dispositivo dovrebbero essere forniti senza *brand* commerciale;
3. Sia i venditori del mercato libero (si veda il paragrafo 5.31 del DCO) sia gli altri soggetti commerciali non fornitori di energia elettrica ma interessati a proporre propri servizi basati sui dati raccolti tramite i dispositivi, possano fornire i dispositivi medesimi ai clienti del servizio di maggior tutela o anche forniti da altri venditori di energia elettrica del mercato libero.

<p>S7. Osservazioni sui vincoli da porre in capo alle imprese distributrici per non ostacolare la diffusione di dispositivi accoppiati otticamente al contatore, senza pregiudizio per il regolare svolgimento del servizio di misura?</p>
--

Si ritiene condivisibile l'approccio individuato dall'Autorità.

3. CONCLUSIONI

Come evidenziato nel presente contributo, Telecom Italia esprime il proprio apprezzamento per il lavoro che l'Autorità sta svolgendo sul tema della messa a disposizione del cliente finale dei propri dati storici di consumo.

In particolare, i punti che si ritiene fondamentale riepilogare sono:

- I dati storici di consumo, siano essi corrispondenti agli intervalli di fatturazione oppure corrispondenti al profilo temporale di consumo, dovrebbero essere utilizzabili sia dai venditori, sia da soggetti terzi appositamente autorizzati dal cliente finale;
- Gli esercenti di maggior tutela non dovrebbero poter fornire tali servizi, eccedendo il set minimo di attività che tale soggetto dovrebbe svolgere. Pertanto non è necessario prevedere il meccanismo di acquisto del dispositivo à la Smart Info mediante l'Acquirente Unico, né la fissazione di un corrispettivo massimo per l'utente;
- Non solo *customer awareness*. Rendere disponibili al cliente finale i dati di consumo (ma anche di produzione e scambio) non serve solo ad aumentarne la consapevolezza, ma potrebbe abilitare la fornitura di nuovi servizi e l'ammodernamento di quelli attuali. Pertanto si invita l'Autorità a non limitare le informazioni da rendere disponibili al cliente ai soli dati non validati, anche per quanto riguarda i dati corrispondenti al profilo temporale di consumo;
- I dati storici di consumo corrispondenti agli intervalli di fatturazione devono essere messi a disposizione, dai distributori e in futuro dal SII, mediante un'interfaccia ICT (quindi sotto forma di dati, ad esempio in formato XML) uniforme e non modificabile unilateralmente;
- Definire in modo trasparente le caratteristiche tecniche e le prestazioni garantite dai dispositivi à la Smart Info, al fine di poterne valutare correttamente il valore e l'affidabilità dei servizi che su di esso si possono basare;
- I costi connessi alla realizzazione su larga scala di tali dispositivi devono essere attribuiti agli utenti che ne richiedono l'utilizzo e non socializzati sulle tariffe regolate;
- Necessità di forme di controllo e/o regolazione, applicabili ai distributori per le attività connesse alla realizzazione e diffusione dei dispositivi à la Smart Info, al fine di favorirne lo sviluppo secondo logiche di trasparenza e concorrenza;
- I prodotti in questione devono essere forniti privi di *brand* commerciale del distributore. Inoltre, il dispositivo deve disporre di funzionalità di autoconfigurazione (*plug&play*) o, almeno, la sua configurazione (*enrollment*) deve poter avvenire tramite un'interfaccia gestita dal soggetto che acquista i dispositivi, senza necessità per il cliente finale di interfacciarsi con il distributore;
- Necessari ulteriori approfondimenti circa le modalità sia per rimuovere il vantaggio competitivo derivate dalle sperimentazioni già promosse dall'Autorità (*disclosure* tecnica e gratuità delle applicazioni sviluppate dai distributori) sia per la formazione del prezzo di vendita all'ingrosso del dispositivo ai soggetti interessati (temi di natura contrattuale, uniformità del prezzo e modello di *profit/risk-sharing*, riconoscimento per l'attività innovativa svolta dai distributori, gestione degli ordini successivi al primo).

Infine, con l'auspicio che siano disponibili quanto prima le attività e i servizi atti a mettere a disposizione dei clienti i propri dati storici di consumo, Telecom Italia si mette a disposizione dell'Autorità sia per eventuali approfondimenti sul contenuto del presente contributo, sia per la partecipazione ai lavori di un eventuale tavolo tecnico *ad hoc*.

Appendice – Migliorie per i dispositivi à-la Smart Info

Telecom Italia ha avuto l'opportunità di utilizzare il dispositivo Smart Info di Enel Distribuzione durante la sperimentazione svolta nell'ambito dell'associazione Energy@home. Tale esperienza permette di confermare che le funzionalità del dispositivo sono adeguate alla fornitura di servizi di *customer awareness*.

Si segnalano alcune lievi limitazioni tecniche e di processo che si raccomanda di risolvere prima di un'eventuale diffusione massiva:

- a. Attualmente è necessario disporre di uno Smart Info per ciascun contatore, cosa che comporterebbe l'esigenza di disporre di più Smart Info per i *prosumer*. Sarebbe invece auspicabile che un cliente finale possa dotarsi di un solo apparato associabile a tutti i contatori, incluso contatore di scambio, di produzione e di pompa di calore.
- b. Il processo di *enrollment* dello Smart Info – ossia la configurazione del dispositivo per consentire di “abbinarlo” al cliente e ai relativi misuratori elettronici – deve effettivamente essere di tipo *plug&play*, quindi realizzabile in autonomia dal cliente tramite opportune interfacce *web*. Le stesse interfacce di *enrollment* dovrebbero essere rese disponibili dai distributori ai service provider in forma d'interfacce *ICT* (ossia interfacce di programmazione) che permettano ai *service provider* di integrare il processo di *enrollment* nelle proprie applicazioni utente.
- c. La frequenza di acquisizione dei dati dai contatori elettronici dovrebbe essere nota e garantita ai *service provider* in modo tale da poter definire corrispondenti classi di servizio e di costo al cliente finale.

Infine, il minimo *set* di dati che dovrebbe essere reso disponibile e utilizzabile da tali dispositivi sono:

- Valori dei registri di consumo, produzione, energia immessa e prelevata, almeno per fasce orarie;
- Prelievo di potenza istantaneo e richiesta on-demand di tale informazione (con eventuali limitazioni nella frequenza);
- Dati che identificano il cliente e il contatore, come codice POD, codice Enetel, macro-zona di riferimento, potenza contrattuale, potenza impianti di produzione elettrica, ecc.;
- Accesso on-demand ai dati storici memorizzati sul misuratore e alle informazioni di allarme.