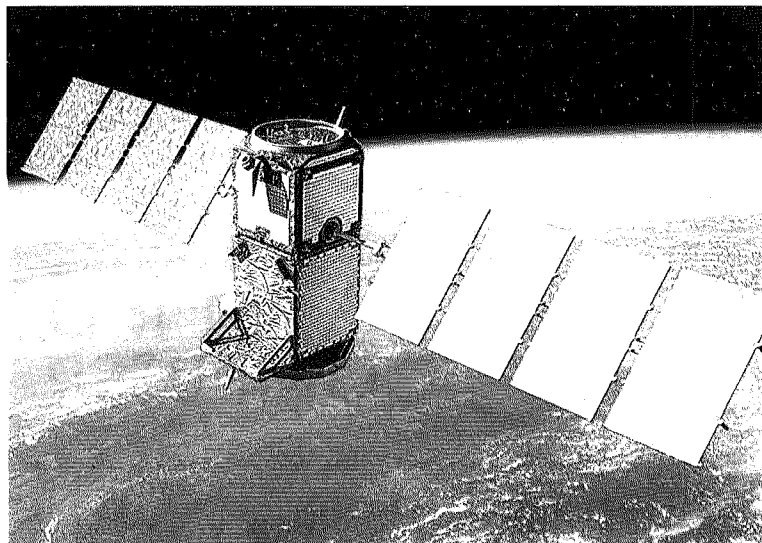


Non ci sono solo i promessi voli commerciali dei miliardari Bezos e Musk: sui satelliti e sul trasferimento di dati dallo spazio in Italia si gioca un business di oltre 1,4 miliardi.

**Andrea Bonzi**  
MILANO

**S**PAZIO, ultima frontiera del business. Nonostante non sia più tempo di sfide tra russi e americani nello spazio, come negli anni '50 e '60, la *space economy* è letteralmente decollata, lanciandosi - è proprio il caso di dirlo, come un razzo - verso vette mai raggiunte. Si calcola che l'intera filiera del settore spaziale abbia un giro d'affari di oltre 340 miliardi di dollari. Del totale, 260 miliardi sono generati dall'industria satellitare in senso allargato che, oltre ai produttori, comprende anche i fornitori di servizi e delle strumentazioni e l'industria dei lanciatori; mentre gli investimenti scientifici e tecnologici delle agenzie spaziali valgono invece i restanti 77,6 miliardi di dollari. Montagne di denaro, più che raddoppiate in dieci anni (nel 2007 il totale non superava i 122 miliardi). E che vedranno un aumento progressivo, con Paesi come Corea del Sud e soprattutto la Cina tra i nuovi competitor da tenere d'occhio. L'Italia non è stata a guardare. Il 2017 è stato un anno d'oro per il comparto. L'Agenzia spaziale italiana (Asi), il cui presidente Roberto Battiston è stato insignito del premio Space economy dell'Asas, calcola in circa 1,4 miliardi di euro il giro di denaro legato allo spazio in Italia, con 6mila lavoratori specializzati nel settore e un ritorno di 4 volte per ogni euro investito. È stato poi approvato con l'ok della Commissione Attività produttive della Camera, il ddl Spazio, che cambia le regole della *governance*, attribuendo gli indirizzi in materia alla Presidenza del Consiglio. Una mossa che dovrebbe snellire le procedure e dare un impulso imprenditoriale più deciso al settore.

**NEGLI ANNI** il settore è molto cambiato. Sì, è vero, oltre all'esplorazione spaziale in senso stretto c'è la corsa ai voli commerciali lanciata dai visionari del XXI secolo: Elon Mu-



## Satelliti e comunicazioni

### Il business dello spazio è entrato in orbita

↑ AGENZIA SPAZIALE EUROPEA  
 In alto un satellite Galileo dell'Agenzia spaziale europea

sk (Space X), Richard Branson (Virgin Galactic), Jeff Bezos (Blue Origin) si sfidano a colpi di miliardi, ognuno con la propria compagnia che promette viaggi tra le stelle. Si vedrà quanto di queste idee resteranno pure trovate di marketing, e quanto verrà invece realizzato (Bezos dovrebbe partire coi lanci di prova il prossimo anno). Ma il business più concreto - e non è un caso che ci sia sopra Bill Gates, un po' il capostipite dei miliardari di cui sopra, meno eccentrico ma comunque bravissimo a fare utili - pare quello dei satelliti. Kymeta, la società partecipata dal patron di Microsoft, sperimenta e realizza nuove antenne satellitari potentissime, ricorrendo anche a lanci spaziali. In orbita si conterebbero circa 1.500 satelliti operativi, in aumento del 50% circa rispetto a cinque anni fa. Ma se la costruzione di questi dispositivi e dei relativi lan-

ciatori non genera più di 20 miliardi di dollari di fatturato - anche perché lanciare un satellite oggi costa molto meno di 10 anni fa - sono tutte le attività accessorie dei servizi ad essi legati a farla da padrone.

**UN ESEMPIO?** L'Agenzia spaziale europea calcola ben 7.500 tonnellate di spazzatura alla deriva, fra parti di satelliti in disuso (sono circa 13.000 quelli che ancora galleggerebbero nello spazio) e di razzi, insieme a tonnellate di dadi, bulloni e schegge di metallo che possono causare danni consistenti sia ai veicoli in funzione sia agli astronauti in missione. Per risolvere il problema sarà lanciato RemoveDebris, piccolo satellite dal cuore italiano (l'ideatore è lo scienziato italiano Guglielmo Aglietti, a capo del Surrey Space Center dell'Università del Surrey) che, una volta in orbita, valu-



Fatturato in Italia a 1,4 miliardi

Il 2017 è stato un anno d'oro per il comparto in Italia: l'Agenzia spaziale italiana (Asi) calcola in 1,4 miliardi di euro il giro di denaro legato allo spazio, con 6mila lavoratori specializzati impiegati nel settore

L'affare del futuro nei contenuti Hd

Secondo la Satellite industry association (Sia) il grosso del business globale è concentrato nelle trasmissioni di contenuti in Hd e ultra Hd: 100 miliardi di dollari, poco meno di un terzo dell'intera space economy

terà e darà indicazioni sul modo migliore di fare pulizia tra le stelle.

Poi c'è tutto il comparto della comunicazione. Secondo la Satellite industry association (Sia), la parte del leone la fanno i servizi *consumer*, che comprendono le trasmissioni televisive. Grazie alle innovazioni sulla qualità visiva (Hd e Ultra Hd) questa fetta della torta ammonta a quasi 100 miliardi di dollari, poco meno di un terzo dell'intera *space economy*. I ricavi arrivano dai 220 milioni di clienti delle Tv Sat del mondo, di cui il 41% sta negli Usa. In forte crescita il business dell'osservazione della Terra (che porta poi a servizi come Google Earth) e delle comunicazioni in mobilità, che hanno registrato una crescita, rispettivamente, del +11% e del +5%, nonostante valgano complessivamente 'solo' 5 miliardi di dollari.

