

Affari & Futuro Cresce il mercato dei lanciatori e delle telecomunicazioni. Contratti da centinaia di milioni per le imprese nazionali

In orbita La Space Economy? Un business tricolore

Thales Alenia fabbrica i satelliti per i razzi di Elon Musk e avanza un'altra offerta su Galileo. Avio prepara 4 missioni...

DI GIOVANNI CAPRARA

Space X, l'azienda spaziale di Elon Musk, ha appena lanciato in orbita dieci satelliti per telecomunicazioni Iridium Next costruiti in parte in Italia (contratto da 140 milioni di euro). Sono i primi di una costellazione di 81 satelliti da completare entro il 2018 e costruiti da Thales Alenia Space (società italo-francese, 33% di Leonardo-Finmeccanica). Dagli stessi stabilimenti dell'Aquila e di Roma escono anche le componenti di 20 satelliti per telecomunicazioni del service provider internazionale O3b (contratto da 136 milioni di euro).

Sono numeri e valori di una produzione in serie di antenne, computer di bordo, sistemi di ricezione che materializzano uno dei volti della Space Economy italiana. Ad alimentarla c'è un panorama industriale con seimila addetti impegnati su frontiere tecnologiche d'avanguardia da cui nasce un fatturato di 1,7 miliardi di euro. Complessivamente sono 190 le aziende riunite nell'Aipas, l'associazione delle imprese spaziali: in maggioranza (150) sono Pmi, mentre nelle grandi sono incluse Leonardo (che raggruppa il 78% degli addetti nazionali) e insediamenti di gruppi europei come Ohb ed Airbus Defence and Space.

«L'attività è in crescita grazie all'impegno dell'agenzia Asi e del governo, attraverso la sua cabina di regia e il coinvolgimento, oltre che del ministero dell'Università e ricerca, anche del dicastero dello Sviluppo in particolare - commenta Luigi Pasquali, direttore del Settore spazio di Leonardo e amministratore delegato di Telespazio -. In più ci sono i ritorni dai lanci con Ariane e Vega, oltre a quelli derivati dai progetti europei. La nuova strategia politica ha aggregato interessi prima sparsi e ha messo a disposizione

risorse preziose».

Il primo passo

Il governo Renzi con la cabina di coordinamento aveva avviato il piano Space Economy garantendo un finanziamento iniziale di 350 milioni di euro. Era considerato il primo passo di un meccanismo di investimento complessivo di 1,1 miliardi di euro, per metà sostenuto dalle stesse imprese.

Elemento nuovo era il coinvolgimento delle Regioni, mentre gli sviluppi venivano concentrati su tre linee: osservazione della Terra, navigazione e telecomunicazioni, esplorazione spaziale e tecnologie connesse. Le prime due con l'intento di valorizzare anche la partecipazione ai programmi europei Copernicus e Galileo, considerati le due principali leve di sviluppo della Space Economy dell'Unione.

«Qui s'inseriscono i due contratti siglati in dicembre da Thales Alenia Space con l'Esa di 180 milioni per le attività ingegneristiche legate allo sviluppo del Gps Galileo - precisa Donato Amoroso, amministratore delegato di Thales Alenia Space Italia -, ma anche il contratto di 355 milioni con l'Asi per la realizzazione dei due satelliti Cosmo-Skymed di nuova generazione, dedicati all'osservazione ambientale e alla sicurezza coinvolgendo pure il ministero della Difesa. Nelle prossime settimane l'Esa dovrà scegliere il fornitore del terzo gruppo di nove satelliti Galileo. Thales As, che già aveva prodotto i primi due veicoli, ha presentato un'offerta adeguata».

Il concorrente da fronteggiare è l'Ohb tedesca. «Per sostenere l'attività manifatturiera e rafforzare le eccellenze di cui già disponiamo - aggiunge Pasquali - l'attenzione è sugli sviluppi tecnologici delle telecomunicazioni e dei servizi legati ai dati raccolti con i satelliti dove opera, ad esempio, la società e-Geos che si estendono sino all'Informa-

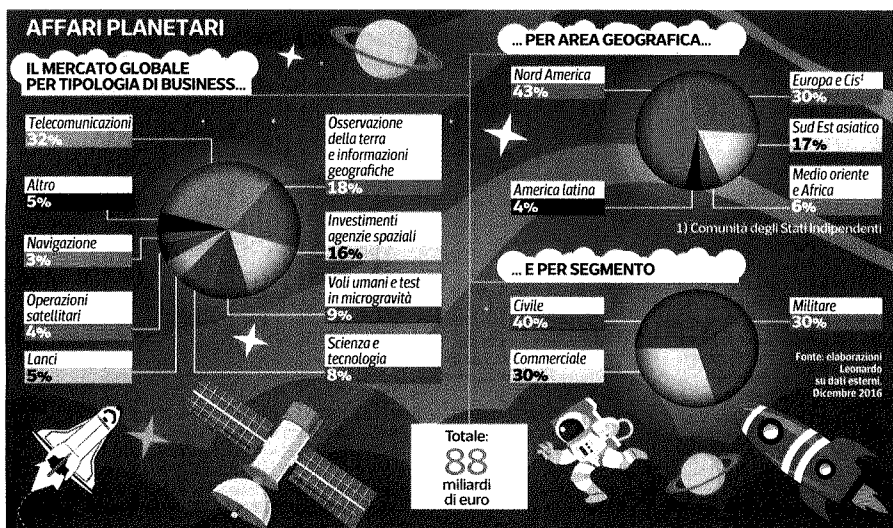
tion technology». Nel trasporto spaziale, dopo il contratto di 203 milioni di dollari per nove moduli-cargo Cygnus forniti da Thales AS all'americana Orbital ATK e destinati al rifornimento della stazione spaziale Iss, ora si è aggiunto un secondo contratto di 100 milioni per altrettanti moduli.

Un'altra data segnerà presto l'evoluzione dello spazio nazionale. Entro marzo la società Avio, che ha presentato il 27 gennaio il prospetto informativo in Consob, si quoterà in Borsa nel segmento Star, eccellenze italiane (65% il flotante). La nuova public company vedrà il controllo da parte di Leonardo che ha aumentato la sua partecipazione dal 14 al 28% a cui si aggiunge il 5% garantito dal management della stessa società Avio.

Le taglie piccole

«Il nostro punto forte - nota Giulio Ranzo, amministratore delegato dell'azienda di Colleferro - è oggi il lanciatore Vega prodotto per due terzi in Italia e capace di portare in orbita satelliti di piccola e media taglia; un settore nel quale la domanda supera l'offerta, per formare costellazioni rivolte alle telecomunicazioni e al rilevamento terrestre. Già nei primi 10 mesi dell'anno effettueremo quattro lanci». Dopo otto partenze di successo e l'avvio delle operazioni commerciali (compresa l'immissione in orbita di quattro satelliti per Google), Vega in marzo porterà un satellite ambientale Copernicus dell'Unione Europea a cui seguiranno in luglio due satelliti italo-israeliani. «Il mercato internazionale dei lanciatori vale oggi cinque miliardi di euro, con un'accelerazione prevista intorno al 10% perché nei prossimi cinque anni si raddoppierà il numero dei satelliti da lanciare - dice Ranzo -. L'orbita bassa è quella che registra la crescita più elevata e qui Vega ha un 35% del mercato complessivo intorno ai 400 milioni».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Protagonisti Da sinistra Elon Musk, fondatore di Tesla e Space X; Donato Amoroso e Giulio Ranzo, amministratori delegati uno di Thales Alenia Space Italia, l'altro di Avio