

Il boom dell'aerospaziale
ecco tutti gli affari in orbita

Tv e Internet trasformano lo spazio in un business

Meno viaggi planetari e più attenzione ai conti

Dagli Usa parte la nuova parola d'ordine di puntare di più sui programmi con ricadute industriali. Cambia il mercato e si sposta il baricentro degli affari, ora giocano un ruolo chiave Cina, India e Corea del Sud

FINMECCANICA
Pier Francesco Guarguaglini,
Ad di Finmeccanica



Il lanciatore Vega di Avio si è ritagliato un segmento molto promettente

Una rete di alleanze anche con l'Oriente pone l'Italia in buona posizione

PAOLA JADELUCA

Ares 1-X, il nuovo razzo destinato a sostituire lo shuttle, mandato in orbita la settimana scorsa dalla Nasa, segna paradossalmente l'inizio di una nuova era nell'industria dello spazio: i tagli alla ricerca pura per favorire gli investimenti nel settore industriale. Da anni si dibatte della questione, ma ora, dopo la tempesta finanziaria che ha spostato masse di denaro pubblico verso il salvataggio delle banche e l'ingresso sul mercato degli asiatici a prezzi competitivi il trend sembra inarrestabile.

Lo stesso Barak Obama aveva manifestato grandi perplessità prima del lancio di Ares 1-X. Ma la certezza della svolta è arrivata la settimana scorsa, con la presentazione a Washington del rapporto del Comitato che sovrintende ai voli umani e che ha ribadito che la Nasa in futuro si dovrà orientare verso una dimensione più industriale per far fronte ai costi. Meno sogni, più soldi, è questo il messaggio. Che segna il vero il

calcio d'inizio di una partita destinata a rimescolare tutti gli assetti sullo scacchiere mondiale dello spazio. «La competizione globale si è fatta serrata, e il trend di forte crescita di alcuni business, come le tlc e i servizi legati all'osservazione della terra impongono una razionalizzazione delle scelte, in qualche caso un riposizionamento», dice Jean-Pierre Davis, head security and defence department dello Iai, Istituti affari internazionali. Non certo facile. Non si parla di magliette e jeans, qui gli in-



vestimenti sono a lungo termine. Prendiamoci le tlc satellitari. Fino a pochi anni fa pochi avrebbero scommesso sulle potenzialità di questo settore oggi tra la tv e Internet, è boom.

«C'è almeno un 2% di popolazione in aree remote di tutta Europa che ha senso raggiungere con i satelliti; ormai tutti i governi hanno capito che il Satellite può avere un ruolo importante per superare il "digital divide". E' inefficiente fare investimenti costosi su infrastrutture terrestri in aree "marginali" quando ormai le nuove tecnologie satellitari consentono l'accesso a Internet con costi contenuti e buona qualità», racconta Riccardo Monti, executive director di Value Partners.

Secondo Forecast International, lo scorso anno la domanda di nuovi satelliti a uso commerciale è salita a 25, da 23 dell'anno prima, e la parte del leone, con 14, l'hanno giocata proprio gli Usa, che hanno superato l'Europa dopo anni di incontrastato primato. Di questo boom è artefice Space System/Loral and Orbital Science, controllata di Loral Space, che registra una forte crescita di ordini sia sul mercato domestico che da Europa e Asia. In forte crisi, invece, sono la divisione spazio di Boeing e quella della Lockheed Martin. Uno dei limiti, scrive Ray Paterson, direttore di Forecast International, è proprio la loro partecipazione limitata a programmi commerciali, per restare focalizzati sul business militare.

Oggi è la tv la gallina delle uova d'oro dello spazio, e i satelliti per le tlc sono gli unici autofinanziati. Per il resto, tutto dipende dagli stanziamenti governativi che passano per lo più attraverso le spese militari e

le agenzie spaziali. Istituzioni con grandi poteri decisionali. Basti dire che in Italia l'Asi, Agenzia spaziale italiana, gestisce un budget di circa 800 milioni l'anno. E' il più grande polo di ricerca, mentre negli altri settori i fondi si disperdono in mil-

le rivoli. Un *hub* centralizzato di risorse, dove fino ad oggi ha prevalso una logica di ricerca più di tipo accademico, dicono tutti. «L'arrivo alla guida dell'ente di Enrico Saggese sta spostando lo sguardo verso scelte con maggiori e più immediate ricadute industriali», dice Gregory Aligi, analista di Dedalonews nonché docente di aeronautica alla Luiss. Uomo scelto dal governo di Silvio Berlusconi, Saggese piace sia alla destra che alla sinistra, perché è un tecnico, cresciuto alla scuola di Finmeccanica, il primo gruppo aerospaziale italiano che grazie a politiche di alleanze e partnership ha acquisito sotto la guida di Pier Francesco Guarguaglini un ruolo chiave nel mercato mondiale.

Rispetto agli Usa l'Europa ha sempre mantenuto un più diretto rapporto tra spesa e ricadute industriali. A fine mese, a Praga Unione Europea e Esa si sono incontrati per discutere delle future missioni verso Luna e Marte con uomini a bordo: un primo passo nel proseguimento del programma per la Ssi, Stazione spaziale internazionale che sarà attiva fino al 2025. Le ricadute previste sono tante, sembrerebbe essere uno dei pochi programmi ancora perseguibili. Ma le spese sono alte: 5 miliardi per la sola Europa, secondo le stime di Saggese. L'ingresso di Cina e India garantisce l'apporto di nuove risorse, ma gli scettici restano tanti. «Per l'Italia significa mantenere vivo uno dei filoni di successo, quello dei moduli abitabili che si fanno nel polo spaziale di Torino». Anche Galileo, il programma per il Gps europeo, va avanti, ma non è riuscito a coinvolgere fondi privati, a mettere in moto quella filiera di mille piccole imprese che avrebbero dovuto movimentare i business di ricaduta finali legati al posizionamento e controllo.

Cambia il mercato, si sposta il baricentro. E gli Usa, stima Frost & Sullivan, rischiano di perdere la

leadership mondiale. «Con il ritorno sul mercato di Cina, India e ora persino la Corea del Sud e il Giappone, c'è una spiccata concorrenza», racconta Andrea Nativi, direttore di *Rid*, rivista italiana di difesa, tra i

massimi esperti dell'industria aerospaziale. L'Italia ha fiutato per tempo i nuovi trend. Attraverso l'alleanza con la francese Thales Alenia Space, in cui Finmeccanica detiene un terzo del capitale, è presente in tutte le maggiori alleanze, nei principali programmi di Cina e India e Forecast International la vede in ottimo posizionamento. Mentre con Telespazio, controllata

da Finmeccanica, si è ben posizionata nel settore dei servizi, sia civili che militari. Sempre in Italia, ha azzeccato la nicchia dei lanciatori per satelliti di medie e piccole dimensioni, il futuro del settore, la Avio, che con l'Asi sta realizzando Vega, lanciatore di nuova generazione che dovrebbe entrare in funzione il prossimo anno. Quella dei lanciatori e la produzione dei satelliti, le industrie manifatturiere a monte della filiera, sono le più costose e anche quelle dove la spinta verso grandi economie di scala è più forte. La Cina si finanzia con i programmi militari. I russi, invece, stanno provando a rilanciare la loro industria spaziale con il turismo dello spazio: l'ultimo andato in orbita dalla base di Baikonur, giusto poco tempo fa, è stato Guy Laliberte, il fondatore del Cirque du Soleil.

Sbagliare strategie e investimenti, costa caro in questo settore. Lo sanno bene a Sea Launch, la società condotta dall'americana Boeing con soci di Russia, Ucraina, Norvegia: è l'unico lanciatore posizionato su una nave, ma è finito in bancarotta.

© RIPRODUZIONE RISERVATA