

L'EVENTO DI CLASS EDITORI SULLA SPACE ECONOMY, SETTORE IN GRANDE ESPANSIONE

# L'Italia scommette sullo spazio

L'Italia ha competenze di lunga data che vanno consolidate attraverso i fondi del Pnrr e un modello più commerciale

DI SARA BICHICCHI

**L'**economia spaziale globale valeva 546 miliardi di dollari nel 2022 e raggiungerà gli 800 miliardi entro pochi anni. Sono questi i numeri di un settore in piena espansione portati da Heather Pringle, ceo di Space Foundation, a "Facciamo Spazio", l'evento di Class Editori dedicato alla space economy. Tra i temi le prossime esplorazioni spaziali, i mercati e il ruolo dell'Italia. «Il rapporto che corre tra la space economy italiana e gli inve-



Silvia Viviano  
Unicredit

stitori affonda le radici nel 2021», quando «gli investimenti nel settore aerospaziale sono stati di 10 miliardi di dollari», ha ricordato Silvia Viviano, head of Equity Capital Markets di Unicredit. A quella fase di «euforia» ne è seguita una di riduzione della raccolta di capitali. «Il mercato - ha sottolineato Viviano - non è più freddo, è più razionale. Le società promettenti, anche in Italia, riscuotono sempre molto interesse».

Il settore rimane anche al centro di operazioni m&a. Nel 2021, sostiene Marco Vulpiani di Deloitte, il valore complessivo delle operazioni è stato di 8,8 miliardi di euro, ma il trend è in continua crescita. L'Italia è quinto per brevetti de-



Luigi Carrino  
Distretto Aerospaziale della Campania

positati e tra i primi anche per esportazioni. «Siamo il quarto esportatore al mondo nel settore, mentre siamo al nono per esportazioni in generale: questo vuol dire che nello spazio siamo più bravi», ha commentato Luigi Carrino, presidente del Distretto Aerospaziale Campania. Un risultato che si deve a tutta la filiera: nel sistema industriale aerospaziale «più della metà sono microimprese, meno di un quarto sono grandi imprese». La grande partecipazione delle pmi alla space economy è confermata anche da Gino Bucciol, vicepresidente di Aipap: l'associazione delle imprese per le attività spaziali «ha per due terzi medie e piccole imprese». Oltre alle realtà più strutturate, nell'economia dello spazio operano molte imprese innova-

## Nella space economy privato e pubblico di pari passo

di Sara Bichicchi

«D



Mauro Piermaria  
Presidenza del Consiglio

eci anni fa il pubblico e il privato avevano due ruoli diversi: il pubblico finanziava e il privato sviluppava. Oggi il privato non è più un semplice fornitore ma un soggetto con cui cooperare». Così Mauro Piermaria, dirigente Programmi e strategie dell'ufficio per le Politiche spaziali e aerospaziali della presidenza del Consiglio dei ministri, ha sintetizzato a "Facciamo spazio" l'evoluzione della space economy. Una partnership pubblico-privato per un settore in cui l'Italia prevede di investire più di 5 miliardi di euro, di cui 2,4 già stanziati.

La space economy ha però una dimensione internazionale. A livello europeo, l' Esa e la Commissione Ue (all'evento hanno partecipato anche Isabella Poldrugo, vice capo unità della Direzione Spa-

zio e Difesa della Commissione, e Francesca Cipollini dell' Esa) hanno già due infrastrutture di eccellenza: la costellazione satellitare Galileo e il sistema di osservazione Copernicus. Un terzo progetto, la costellazione satellitare Iride, è in via di progettazione.

L'Italia ha un ruolo centrale nei tre programmi europei e nel 2024 ospiterà a Milano il Congresso aeronautico internazionale. «Il fatto di aver superato concorrenti molto forti, da San Paolo a Budapest e Siviglia, certifica che questo settore a Milano e in Regione si è sviluppato molto», ha detto Alessandro Ferri, assessore all'Università e alla Ricerca della Lombardia, ospite all'evento insieme a Layla Pavone, responsabile del board per l'innovazione tecnologica e la trasformazione digitale del Comune di Milano. (riproduzione riservata)

tive. «Il valore delle startup italiane dello space tech è cresciuto a 850 milioni di euro lo scorso anno, siamo al quarto posto in Europa», ha detto Milla Fioridalisi, direttore CorCom e Spaceconomy360. Tra le startup spaziali italiane ci so-

no. «Il valore delle startup italiane dello space tech è cresciuto a 850 milioni di euro lo scorso anno, siamo al quarto posto in Europa», ha detto Milla Fioridalisi, direttore CorCom e Spaceconomy360. Tra le startup spaziali italiane ci so-

no. «Il valore delle startup italiane dello space tech è cresciuto a 850 milioni di euro lo scorso anno, siamo al quarto posto in Europa», ha detto Milla Fioridalisi, direttore CorCom e Spaceconomy360. Tra le startup spaziali italiane ci so-



no CShark di Alessandro Fanni, che ha ideato un picosatellite di dimensioni ridotte, e Abzero di Giuseppe Tortora che usa droni per il trasporto di sangue e organi. O ancora Involve Space, che fa piattaforme pseudo-satellitari, in cerca di finanziatori: «Abbiamo aperto un round da mezzo milione, mancano 100mila eu-

ro», ha detto il coo Claudio Piazzai. Il protagonismo italiano nello spazio arriva però da lontano. «L'Italia ha una competenza storica e grazie al Pnrr stiamo consolidando delle competenze. Ora ci dovremmo focaliz-

sabile scientifico dell'Osservatorio Space Economy del Politecnico di Milano. Ora «è essenziale cambiare mentalità» e adottare un approccio più commerciale. Anche nel rapporto con gli Stati Uniti qualcosa può cambiare: «Il ruolo dell'Italia non deve più essere di fornitura, ma di partnership», ha detto Vincenzo Giorgio del Comitato Spazio di Aiad. All'evento di Class Editori hanno partecipato anche: Cristina Leone (Ctna), Giovanni Sylos Labini (Consorzio Osiride), Silvano Casinò (Asas), Giovanni Di Antonio e Carmela Tripaldi (Enac), Pierluigi Di Palma (Criptaliae Spaceport), Matteo Cascinari (Primo Space Fund), Giuseppe Cataldo (ingegnere Nasa), Sergio Marchisio (Università La Sapienza). (riproduzione riservata)

## Dall'osservazione all'uso dei dati: i protagonisti italiani della Space Industry

di Guido Marzetti

«Q

uesta è l'età dell'oro dell'osservazione della Terra. L'Europa negli anni si è dotata degli strumenti per osservare il nostro pianeta, riuscendo a produrre informazioni fondamentali che possono arrivare solo dallo spazio». Francesca Cipollini (Esa), ha aperto così il panel «Applicazioni e servizi innovativi della Space Industry» dell'evento Facciamo Spazio di Class Editori. «C'è un grandissimo volume di dati per promuovere la crescita industriale». Dati usati non solo per il business ma anche «per proteggere il pianeta e affrontare le sfide globali».

Massimo Claudio Comparini, ad di Thales Alenia Space Italia, è intervenuto osservando come l'Italia sia ben posizionata nell'industria spaziale mondiale. «Sono ottimista sul valore che il Paese sta esprimendo, che nasce da decenni di attività. L'Italia ha un ruolo molto importante sia per l'osservazione della Terra che per l'esplorazione spaziale».



Giuliano Di Paola  
Protom

In un altro panel Franco Ongaro, chief space business officer di Leonardo, ha ampliato i termini del discorso: «Nella

prospettiva mondiale, una delle aree più importanti dello spazio è la mega costellazione delle comunicazioni. Gli Usa sono avanti, l'Europa sta cercando di rincorrerla». Giuliano Di Paola, engineering business manager di Protom, ha discusso il ruolo dell'azienda. «Sfruttiamo le tec-

pmi hanno grandissime opportunità in questo momento, sia per i progetti in essere che per la mole di dati dei satelliti a disposizione». Lo scenario è positivo ma «è molto frammentato e c'è bisogno di un collante: le istituzioni e i distretti industriali».



Raimondo Grassi  
Ase

Raimondo Grassi, vice presidente Ase Aerospace, è intervenuto parlando degli ultimi progetti dell'azienda: «Stiamo sviluppando innovativi motori elettrici per velivoli. Oggi con l'AI si punta ad arrivare al velivolo a volo autonomo». Secondo Grassi «l'aspetto più im-

portante è che la space economy stia evolvendo: chi fa impresa deve andare dietro allo sviluppo e all'innovazione». «C'è bisogno di fare anche cultura per acquisire la coscienza dell'utilità di andare nello spazio. I cervelli in Italia non mancano. Come industriali faremo la nostra parte».

Gabriele Pieralli, chief operating officer di Telespazio, ha parlato dell'uso dei dati satellitari: «Le aziende permettono il loro utilizzo, per esempio, anche ai singoli agricoltori: l' Esa stima dei miglioramenti di resa agricola del 50% e un uso efficiente delle risorse idriche». Sull'industria italiana ha affermato che «è preparata, l'università italiana ci alimenta coi suoi cervelli. L'Italia deve mantenere le ambizioni e la partecipazione ai programmi internazionali. Il mondo dello spazio è al servizio dei cittadini e del pianeta». All'evento hanno partecipato anche: Pietro Santoriello, space economy consultant di Digital360; Valentina Sumini, space architect di Mit Media Lab; Mariano Tarantino, responsabile sicurezza e sostenibilità del nucleare di Enea. (riproduzione riservata)