

Spazio

## Con Open space il made in Italy prende il volo

Il caffè che Samantha Cristoforetti ha bevuto nel 2015 a bordo della Stazione spaziale internazionale ha inaugurato una nuova economia dello spazio, fatta da aziende che (apparentemente) non hanno nulla a che fare con l'ambiente extra-atmosferico. Per portarle in orbita e, chissà, verso Luna e Marte, l'azienda torinese Argotec lancia l'iniziativa Open Space

STEFANO PIOPPI

Lo spazio si apre come mai prima d'ora. Ormai universalmente riconosciuto come essenziale per tanti aspetti della nostra vita quotidiana, dalle telecomunicazioni alla navigazione satellitare, l'ambiente extra-atmosferico si prepara per una nuova rivoluzione. È la *new space economy* nel suo senso più ampio, in cui tante aziende che con lo spazio hanno (apparentemente) poco a che fare possono diventare protagoniste di missioni in giro per l'Universo, con lo sguardo rivolto alle occasioni offerte dal turismo spaziale e alla prospettiva di colonie umane su altri corpi celesti.

L'Italia può essere all'avanguardia in questa espansione oltre l'atmosfera, avendo già dato prova di contaminazioni tra settori differenti. Era il 3 maggio del 2015 quando l'astronauta Samantha Cristoforetti poté gustare il primo caffè nella storia a bordo della Stazione spaziale internazionale (Iss). Un primato tutto italiano, frutto della *partnership* siglata qualche anno prima dalla torinese Argotec (specializzata in satelliti di piccole dimensioni, ma non solo) con la Lavazza, azienda che, fino a poco tempo prima, probabilmente non si sarebbe mai aspettata di poter superare l'atmosfera con

i propri prodotti. Fu il primo esempio di una nuova economia dello spazio, lontana da obiettivi squisitamente di *marketing*. "Grazie a quel progetto – ricorda infatti David Avino, fondatore e *managing director* di Argotec – abbiamo fatto vera innovazione". Studiando come poter impiegare meno acqua possibile (elemento importante a bordo di una stazione con risorse contingentate), si è sviluppata una soluzione "che poi abbiamo riportato a terra, depositando un brevetto sul risparmio di acqua a ogni erogazione di caffè". È così che la ricerca spaziale diventa innovazione terrestre, procedendo parallelamente a un altro obiettivo: "La spazializzazione di molteplici prodotti, così da renderli fruibili ai prossimi esploratori spaziali", spiega Avino.

Difatti, i progetti in corso permettono già di non pensare più ai soli astronauti. Con gli Stati Uniti pronti a tornare sulla Luna entro il 2024, per poi stabilirvi una base permanentemente abitata e puntare a Marte, si prefigurano concrete possibilità di villaggi lunari e marziani. "Non ci saranno più gli astronauti – nota il fondatore di Argotec – saranno sostituiti dagli *explorer*, cioè i membri

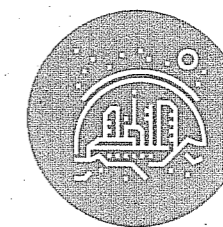


### Il modello

Era il 3 maggio del 2015 quando l'astronauta Samantha Cristoforetti poté gustare il primo caffè della storia a bordo della Stazione spaziale internazionale (Iss). Un primato tutto italiano, frutto della *partnership* siglata qualche anno prima dalla torinese Argotec con la Lavazza. Così iniziava la "contaminazione spaziale".

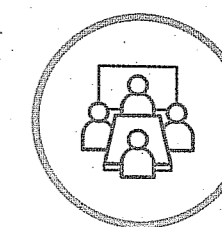
dell'equipaggio di navicelle e infrastrutture, a cui si affiancheranno altre due categorie: i *worker*, che si occuperanno ad esempio dell'estrazione mineraria e i turisti spaziali". A tutti loro guarda l'iniziativa "Open Space" promossa da Argotec, che organizza alla Borsa di Milano un grande evento, il prossimo 8 novembre, con l'obiettivo di coinvolgere le aziende estranee al contesto aerospaziale che vorranno salire a bordo delle prossime missioni. "Vogliamo promuovere una contaminazione tra *business* molto diversi da quello dello spazio", ribadisce Avino. Si guarda a settori molto trasversali, dalla meccanica alla chimica, dalla farmaceutica al mondo del lusso, tutti comparti che potranno avere interessi a partecipare alla nuova corsa spaziale. "Per questo stiamo facendo sistema, così da offrire un servizio a 360 gradi che si occupi della parte tecnica delle missioni, della comunicazione, della componente finanziaria e assicurativa, senza trascurare l'elemento educativo".

D'altra parte, se gli enti governativi di tutto il mondo confermano il *trend* di non volersi sobbarcare l'intera crescita dello spazio, sono gli investimenti privati a guadagnare posizioni in termini di



### Il progetto

Argotec lancia il progetto Open Space, con l'obiettivo di consentire a tante aziende che con lo spazio hanno (apparentemente) poco a che fare, di diventare protagonisti di missioni in giro per l'Universo. Si va dalla meccanica alla chimica, dalla farmaceutica al mondo del lusso, con un occhio anche alle prossime colonie spaziali.



### L'evento

Al motto di "explore with us new horizons for your business", il progetto Open Space verrà presentato in grande stile alla Borsa di Milano il prossimo 8 novembre. Invitate tutte le aziende estranee al contesto aerospaziale che vorranno salire a bordo delle prossime missioni.

rilevanza. Certo, per il momento, l'attenzione da parte del settore pubblico pare ancora fare la differenza. Da qui, i nuovi modelli di partenariato pubblico-privato su cui poggia anche il Piano strategico Space economy italiano, lanciato nel 2016 con la previsione di un investimento-Paese di circa 4,7 miliardi di euro, di cui circa il 50% coperto con risorse pubbliche, tra nazionali e regionali, aggiuntive rispetto a quelle ordinariamente destinate alle politiche spaziali. Oltre il piano c'è però di più, con tante aziende (soprattutto Pmi) che rappresentano una nicchia d'eccellenza ad alta tecnologia, vero motore dell'innovazione nazionale con lo sguardo rivolto a un futuro extra-atmosferico tutt'altro che immaginifico. È il caso dell'iniziativa Open Space di Argotec, pronta ad aprire lo spazio a una contaminazione che non ha precedenti.